

Pendampingan Pelatihan *Halal Preneur* melalui Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM di Desa Selogiri, Kecamatan Karanggayam, Kabupaten Kebumen

Muhammad Ash-Shiddiqy, Bayu Pratama Putra, Syarifa Nada Fauziah, Nafa Okta Marcella, Muhammad Ichlasul Amal
(UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

muhammadashshiddiqy@uinsaizu.ac.id, 2017300174@mhs.uinsaizu.ac.id,
214110201084@mhs.uinsaizu.ac.id, 2017101052@mhs.uinsaizu.ac.id,
2017402030@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstract: *The purpose of this article is to provide understanding and assistance about the importance of halal certification for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) actors, especially in Selogiri Village, Karanggayam District, Kebumen Regency by providing an understanding of the influence of the halal label in the form of product certification, building experience regarding steps -Steps for submitting halal certification to the Ministry of Religion through the application. By adding insight and experience, it can increase productivity and competitiveness for MSME actors in Selogiri Village, Karanggayam District, Kebumen Regency. In addition, it is also able to expand the scope of sales for the environment around MSME activists. Counseling activities are carried out through the stages of outreach to business actors to assistance in registering halal product guarantee certification online for 15 MSME actors engaged in the culinary field of small and medium scale businesses. With the assistance of this halal certification process, all problems regarding how to arrange halal certificates which are considered difficult can be resolved and become an example for other MSMEs in the Selogiri Village, Karanggayam District, Kebumen Regency.*

Keywords: *Training; Halalpreneurship; Halal Food Industry.*

Abstrak: Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pemahaman dan bimbingan mengenai pentingnya sertifikasi halal kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di Desa Selogiri, Kecamatan Karanggayam, Kabupaten Kebumen. Tujuan ini mencakup pemahaman mengenai dampak positif label halal melalui sertifikasi produk, membantu mereka memahami langkah-langkah pengajuan sertifikasi halal melalui aplikasi Kementerian Agama (Kemenag), serta memberikan bimbingan langsung dari tim kami dan pihak KUA Selogiri yang berperan sebagai pendamping dalam Proses Produk Halal (PPH). Dengan hal ini, diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing para pelaku UMKM. Selain itu, diharapkan juga dapat membantu para pelaku UMKM untuk memperluas pangsa pasar mereka. Penyuluhan ini dilaksanakan pada tanggal 9 Agustus 2023 di balai Desa Selogiri, melalui tahapan yang mencakup penyampaian informasi kepada pelaku usaha dan pendampingan dalam proses pendaftaran sertifikasi produk halal secara online. Sebanyak 15 pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner skala kecil dan menengah terlibat dalam kegiatan ini. Dengan bantuan pendampingan dalam proses sertifikasi halal,

masalah yang sebelumnya dianggap rumit dapat diatasi dan hal ini dapat menjadi contoh bagi pelaku UMKM lain di Desa Selogiri, Kecamatan Karanggayam, Kabupaten Kebumen.

Kata Kunci : Pelatihan; Halalpreneurship; Industri Makanan Halal.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dengan persentase 87,2% yang menjadikan Indonesia negara dengan potensi industry halal terbesar di dunia. Gaya hidup Masyarakat kini berubah menjadi gaya hidup halal tentunya memberikan dampak pada perkembangan industry halal. Selain itu pangsa pasar Indonesia yang memiliki prioritas produk barang dan jasa yang berbasis pada ekonomi islam memberikan kemudahan bagi perkembangan produk halal (Maulana & Zulfahmi, 2022). Sebagai negara dengan jumlah konsumen produk halal terbesar pada setiap sub-sektor industry, Indonesia memiliki peluang yang besar dalam penguatan sektor *industry* halal dan ekosistem produk halal. Namun pemerintah Indonesia belum melakukan pemaksimalan dalam pemanfaatan potensi pasar yang besar di Indonesia, padahal hal ini mampu menjadikan Indonesia masuk dalam kategori 10 produsen makanan terbesar di dunia (Salam & Makhtum, 2022).

Sebagai negara berkembang, keberadaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) memiliki peran dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan pesat dengan persentase lebih dari 90% total Angkatan kerja di Indonesia diserap oleh UMKM halal yang berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi melalui penyerapan tenaga kerja. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) halal tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi yang dihadapi Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan permintaan akan produk halal yang terus mengalami peningkatan (Kristiana et al., 2020).

Halal merupakan suatu konsep dan kunci mutlak bagi umat muslim dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Konsep halal dapat diartikan sebagai standar kualitas yang memenuhi syarat syariat Islam dan diterapkan pada semua aktivitas Islam. Masyarakat muslim tentunya memilih produk dan layanan Halal sebagai bentuk kepatuhan terhadap Syariah Islam. Meski Halal sangat erat kaitannya dengan umat Islam, bukan berarti hanya konsumen Muslim saja yang menggunakan produk Halal. Konsumen produk halal dari negara-negara yang minoritas Muslim juga mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satunya adalah Rusia yang menduduki peringkat kesembilan dunia sebagai konsumen makanan halal dengan omzet 37 miliar USD pada tahun 2015.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri halal berkembang pesat. Pertumbuhan industri halal telah membuat langkah signifikan di beberapa sektor termasuk makanan halal, keuangan, pariwisata, fesyen, kosmetik dan obat-obatan, media dan hiburan, serta sektor lain seperti kesehatan dan Pendidikan. Industri halal memiliki kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat dilihat melalui kontribusinya dalam peningkatan

Produk Domestik Bruto (PDB) yang tercermin dalam konsumsi masyarakat Indonesia dalam kegiatan ekspor dan impor produk halal. Konsumsi masyarakat akan produk halal yang besar, tidak hanya pada masyarakat dalam negeri saja, konsumsi produk halal di luar negeri tidak kalah tingginya. Hal ini membuat ekspor terhadap produk halal meningkat, nilai dari ekspor tersebut berkisar USD 5,1 sampai dengan USD 11 miliar setiap tahunnya (Adamsah et al., 2022). Hal ini tentu mempengaruhi karakteristik gaya hidup halal umat Islam dan telah menyebar ke banyak negara, bahkan sampai pada negara dengan populasi minoritas muslim di dunia. Halal sekarang menjadi standar umum untuk memastikan kualitas produk dan standar hidup baik dalam negeri maupun luar negeri.

Peminatan Masyarakat terhadap industry halal kian meningkat, dibuktikan dengan Laporan dari State of the Global Islamic Economy (SGIE) pada tahun 2022 bahwa Indonesia mencapai peringkat ke 2 pada produk makanan halal atau halal food dan mendominasi pasar syariah secara global (Mursidah & Fartini, 2023). Hal ini tidak terlepas dari dampak positif masterplan Ekonomi Syariah Indonesia tahun 2019-2024 yang diterbitkan oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional selain itu menurut Kementerian Perindustrian Peningkatan terhadap konsumsi produk halal juga diproyeksi mengalami peningkatan sebesar 3,2 triliun. Keanggotaan Indonesia dalam Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) memberikan banyak keuntungan yakni Indonesia masih menjadi eksportir terbesar ke lima dengan persentase 9,3 % dan menjadi importir terbesar peringkat ke 4 dengan persentase 10,1 %.

Peningkatan peminatan produk halal berbanding terbalik dengan pengetahuan masyarakat tentang sertifikasi produk halal. Rendahnya kesadaran masyarakat tentang sertifikasi produk halal menjadi masalah yang tengah dihadapi produsen maupun konsumen. Hadirnya regulasi dari pemerintah secara formal perlu diupayakan karena hadirnya regulasi ini menjadi sebuah Solusi dalam menyediakan produk halal bagi umat muslim. Untuk itu Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 mengenai jaminan Produk Halal, menjadi landasan hukum yang memberi perlindungan hukum konsumen muslim terhadap ketidakpastian penggunaan berbagai produk makanan dan minuman halal, baik dalam bentuk barang maupun jasa sesuai dengan syariah Islam. Untuk itu diperlukan pelatihan proses produk halal dan sertifikasi halal agar pengetahuan masyarakat dalam memenuhi standar halal pada produk yang diproduksi meningkat.

Penelitian yang relevan mengenai pelatihan halalpreneur melalui sertifikasi halal bagi pelaku UMKM adalah penelitian yang dilakukan oleh (Ruhmah et al., 2024) dengan judul "Digital Halal Entrepreneurship: Memaksimalkan Potensi Bisnis Halal Di Indonesia". Penelitian ini membahas Digital Halal preneurship yang bertujuan memberikan pemahaman mengenai factor yang mempengaruhi keberhasilan dari Halalpreneurship di era digitalisasi dalam memaksimalkan potensi bisnis halal. Studi ini menemukan bahwa dalam

mengembangkan dan memanfaatkan potensi bisnis halal di Indonesia maka perlunya edukasi, kompetisi, afiliasi, serta tata Kelola bisnis digital yang baik.

Menurut (Huda et al., 2023) menyatakan bahwa dengan dilakukannya Pelatihan Proses Produk Halal dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam memenuhi standar halal pada produk yang diproduksi mulai dari pemilihan bahan baku, peralatan kerja, hingga proses pembuatan produk. Masyarakat yang mengikuti pelatihan proses produk halal juga mampu memahami alur, proses, dan persyaratan yang diperlukan dalam sertifikasi halal.

Dalam Upaya peningkatan kesadaran masyarakat mengenai regulasi dan tata cara sertifikasi produk halal, maka perlu dilakukan Pelatihan Proses Produk Halal. Peserta pelatihan merupakan masyarakat Desa Selogiri, Kecamatan Karangayam, Kabupaten Kebumen yang belum pernah mengikuti pelatihan ini sebelumnya dan belum memiliki sertifikat halal. Tujuan dari penelitian ini adalah pemahaman mengenai konsep dasar produk halal, meningkatkan keahlian dan pengetahuan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengenai proses produk halal, serta menambah pemahaman masyarakat mengenai regulasi dan sertifikasi produk halal.

METODE PELAKSANAAN

Selama pelaksanaan kegiatan ini, kami menggunakan metode ABCD, yang merupakan Pendekatan Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset (Asset Based Community Development/ABCD). John McKnight adalah tokoh yang mengusulkan metode ABCD ini (Javadikasgari et al., 2018). Pendekatan ini berbeda dari pendekatan tradisional yang cenderung menekankan pada masalah dan kekurangan. Dalam ABCD, perhatian utama difokuskan pada potensi, kekuatan, dan aset yang dimiliki oleh komunitas, yang menjadi dasar utama dalam perancangan program pengembangan masyarakat. Dengan pendekatan ini, masyarakat dianggap memiliki kemampuan untuk memotivasi diri dan menggerakkan perubahan sebagai pelaku utama dalam proyek percontohan (Pilot Project). Proses ini akan membantu mereka dalam mewujudkan visi mereka.

Dalam Pendekatan Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset (Asset Based Community Development/ABCD), tahap awal adalah melakukan Riset Aset. Ini melibatkan proses penelitian dan analisis terhadap semua aset atau potensi yang tersedia di dalam suatu komunitas. Aset-aset ini mencakup sumber daya alam, kemampuan dan keahlian warga, infrastruktur, dan elemen positif lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas.

Langkah kedua dalam Pendekatan Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset (Asset Based Community Development/ABCD) adalah tahap Dream (Impian). Pada tahap ini, para pengabdian bersama-sama dengan anggota komunitas merumuskan visi atau tujuan jangka panjang yang ingin dicapai. Proses ini melibatkan partisipasi aktif berbagai anggota

komunitas, dan tujuannya adalah untuk memobilisasi dan menghubungkan aset yang ada ke arah mencapai tujuan bersama yang diinginkan. Untuk merumuskan visi ini, cara dilakukan seperti (Focus Group Discussions - FGD) yang digunakan untuk memfasilitasi perbincangan dan pemikiran bersama.

Setelah itu tahap Desain, tahap ini merumuskan strategi, proses, dan sistem yang akan digunakan untuk mewujudkan perubahan berdasarkan aset yang dimiliki. Rencana kerja dikembangkan berdasarkan aset dan potensi yang telah diidentifikasi sebelumnya. Selanjutnya, terdapat tahap Define (Mendukung Keterlaksanaan Program Kerja) dalam Pendekatan Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset (Asset Based Community Development/ABCD). Pada tahap ini, komunitas mulai mengimplementasikan rencana kerja yang telah dirancang pada tahap sebelumnya, yaitu tahap "Desain." Komunitas memanfaatkan aset yang mereka miliki untuk mencapai visi yang telah mereka definisikan bersama. Tahap "Define" ini merupakan fase pelaksanaan bahwa rencana yang telah disusun akan diwujudkan dalam tindakan nyata. Dalam tahap ini, rencana dan visi mulai dijalankan dalam praktik sehari-hari. Dengan memanfaatkan secara maksimal aset dan potensi internal komunitas, mereka dapat mencapai kemajuan serta hasil sesuai dengan tujuan pemberdayaan yang mereka tetapkan. Pada tahap ini kolaborasi, partisipasi, dan semangat kerja sama menjadi kunci dalam mencapai tujuan bersama.

Tahap Destiny, pada tahap ini mengacu pada langkah-langkah yang diambil setelah melakukan perencanaan dan pelaksanaan program kerja. Pada tahap ini, kelompok inti dalam komunitas memiliki peran penting. Kelompok inti ini terdiri atas individu yang memiliki komitmen tinggi terhadap tujuan pemberdayaan komunitas. Mereka menjadi motor penggerak dan memiliki tanggung jawab dalam memastikan keberlanjutan kegiatan pemberdayaan. Pemimpin yang memimpin dengan ide-ide inovatif juga dapat menginspirasi dan memotivasi anggota masyarakat lainnya untuk berpartisipasi.

Tahap terakhir dalam Pendekatan Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset (Asset-Based Community Development/ABCD) adalah tahap Refleksi. Tahap ini memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan bahwa program pemberdayaan komunitas memiliki dampak yang nyata dan berkelanjutan. Dalam tahap ini, terjadi evaluasi dan pemantauan untuk mengukur sejauh mana hasil yang diinginkan telah berhasil dicapai. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai efektivitas program serta memastikan bahwa aset komunitas telah dimanfaatkan dengan baik dalam mencapai visi yang telah ditetapkan.

Tahap "Refleksi" ini memungkinkan komunitas untuk melihat kembali pencapaian mereka, mengidentifikasi potensi perbaikan, dan merencanakan langkah-langkah selanjutnya. Ini merupakan langkah penting dalam menjaga kesinambungan dan kesuksesan program pemberdayaan komunitas dalam jangka panjang. Dengan melakukan evaluasi dan

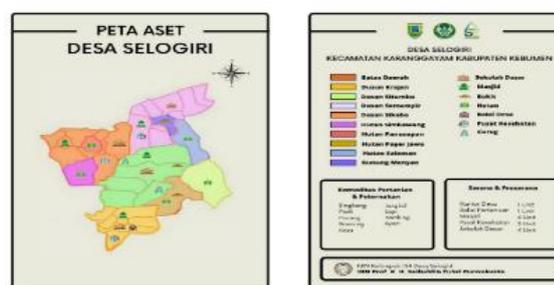
pemantauan secara teratur, komunitas dapat terus berkembang dan memperkuat aset-aset mereka untuk mencapai tujuan pemberdayaan yang lebih besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Halalpreneurship merupakan bentuk kewirausahaan yang berfokus pada produksi, penjualan, atau penyediaan produk dan layanan yang mematuhi aturan dan prinsip halal dalam Islam. Ini mencakup upaya memastikan bahwa produk atau layanan tersebut tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan dalam Islam, seperti alkohol, daging babi, atau bahan yang dianggap najis (kotor). Selain itu, dalam *halalpreneurship*, juga ditekankan aspek etika dan akhlak bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam.

Tujuan utama dari *Halalpreneurship* adalah untuk memproduksi dan menyediakan produk serta layanan yang memenuhi persyaratan halal. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen Muslim dapat membeli dan menggunakan produk atau layanan tanpa melanggar prinsip syariah. Oleh karena itu, inti dari *Halalpreneurship* adalah menciptakan bisnis yang mematuhi prinsip-prinsip halal dalam Islam, memelihara nilai-nilai agama, sekaligus memberikan peluang ekonomi bagi umat Muslim dan memperluas pasar mereka ke tingkat global.

Kemudian, mengenai kegiatan *Halalpreneurship* yang kami laksanakan adalah kegiatan pengabdian melalui KKN Tematik Desa Selogiri, Kecamatan Karanggayam, Kabupaten Kebumen. Desa selogiri ini terdiri atas 4 dusun, diantaranya Dusun Krajan, Dusun Situmbu, Dusun Simampir, dan Dusun Sikebo dengan luas wilayah 1.095.595 km². Desa ini merupakan desa terluas kedua di Kecamatan Karanggayam. Desa ini memiliki potensi, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusianya.



Gambar 1. Peta aset Desa Selogiri

Desa Selogiri memiliki banyak tempat wisata lokal diantaranya adalah Curug Domas di Dusun Situmbu, Bukit Senuk di Dusun Situmbu. Selain potensi SDA dari Desa Selogiri juga memiliki potensi SDM, terbukti dengan banyaknya UMKM di Desa Selogiri. Setiap dusun pasti banyak UMKM dengan berbagai macam hasil produksi, seperti Kerupuk Gople, Gula Merah,

Leper, Rengginang, dan Seriping singkong yang sebagian besar bahan produksinya adalah singkong karena sebagian besar sawahnya memproduksi singkong.

Kegiatan Kita juga banyak mengunjungi tempat tempat tersebut dari produksi UMKM samapi ke tempat wisatanya, dan sesuai dengan Tema yang kita bawakan mengenai *Halalpreneurship*, kami juga mengadakan kegiatan sertifikasi halal dan juga melakukan pelatihan kepada UMKM untuk menggunakan media sosial agar sesuai dengan perkembangan zaman

Sertifikasi halal adalah proses penilaian dan persetujuan yang dilakukan oleh lembaga atau otoritas yang berwenang untuk memastikan bahwa produk atau layanan memenuhi standar yang telah ditetapkan dalam hukum Islam. Kata "halal" dalam bahasa Arab berarti "diperbolehkan" atau "sesuai syariah," dan dalam konteks makanan dan minuman, mengacu pada produk yang diproduksi dan dipersiapkan sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam.

Proses sertifikasi halal melibatkan pemeriksaan dan evaluasi menyeluruh terhadap bahan-bahan yang digunakan dalam produksi, metode pengolahan, dan keadaan sanitasi pabrik atau tempat produksi. Produk atau layanan yang memenuhi kriteria halal akan diberikan label atau tanda sertifikasi halal. Dengan demikian, konsumen muslim dapat memiliki keyakinan bahwa produk tersebut mematuhi standar yang sesuai dengan ajaran agama mereka.

Sertifikasi halal dapat diterapkan pada berbagai jenis produk, termasuk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, bahkan layanan seperti pariwisata. Lembaga atau otoritas yang bertanggung jawab untuk memberikan sertifikasi halal dapat berbeda-beda di setiap negara, sedang sertifikasi umumnya melibatkan ulama atau ahli syariah untuk memastikan kesesuaian produk dengan hukum Islam.

Tujuan dari sertifikasi halal adalah untuk memberikan keyakinan kepada konsumen Muslim bahwa produk yang mereka konsumsi atau gunakan sesuai dengan ajaran agama mereka dan membuka peluang bisnis bagi produsen yang ingin mengakses pasar yang sensitif terhadap prinsip-prinsip agama Islam. Melihat potensi UMKM di Desa Selogiri ini, kami selaku Mahasiswa dan Dosen Pengabdian UIN Prof K.H. Muhammad Ash-Shidiqy, M.E, berinisiatif mengadakan kegiatan sertifikasi halal untuk UMKM-UMKM di Desa Selogiri. Beliau menjelaskan mengenai apa itu sertifikasi halal, bagaimana pentingnya sertifikasi halal, serta tujuan dan kegunaan sertifikasi halal.



Gambar 2: Pendampingan sertifikasi halal

Kegiatan ini terlaksana pada hari Rabu, 9 Agustus 2023, bertempat di Balai Desa Selogiri, Kecamatan Karanggayam, Kabupaten Kebumen. Kegiatan ini berlangsung kurang lebih 3 jam dengan narasumber dari KUA selaku Pendamping dari Proses Produk Halal.



Gambar 3: Sosialisasi sertifikasi halal

Kemudian setelah adanya pendampingan sertifikasi halal, sebagai pengimplementasian Halalpreneurship, kami melaksanakan diskusi kembali dengan pelaku UMKM di Desa Selogiri.

Kegiatan ini berlangsung pada hari Selasa, tanggal 22 Agustus 2023, bertempat di Balai Desa Selogiri, kami mengadakan kegiatan pemberdayaan Masyarakat dengan cara pelatihan halalpreneurship untuk UMKM dengan seizin dari perangkat Desa Selogiri. Mereka membantu kami dalam melancarkan segala kegiatan kami selama berkegiatan di desa tersebut. Kegiatan ini berlangsung selama kurang lebih 3 jam, mulai dari pukul 13.00-16.00. Dalam kegiatan ini kami mengundang beberapa pembicara yang memang andal dan paham dengan bidangnya masing masing.



Gambar 4: Sosialisasi sertifikasi halal UMKM

Pembicara pertama adalah Nafa Okta Marcella, seorang mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Program Studi Bimbingan Konseling Islam. Pembicara ini membahas mengenai keberlanjutan kegiatan kami sebelumnya yaitu sertifikasi halal untuk UMKM. Sebagian besar peserta yang hadir sudah dalam proses menunggu sertifikat halalnya terbit. Kemudian membahas mengenai cara sukses dalam menjalankan bisnis. Pembicara ini juga membahas mengenai kondisi para pelaku usaha.



Gambar 5: Sosialisasi digital marketing

Pembicara yang kedua adalah Talitha Rahma, juga seorang mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Program Studi Bimbingan Konseling Islam. Pembicara ini membahas mengenai sosialisasi digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Selogiri. Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih sangat asing untuk menggunakan media sosial sebagai tempat untuk melakukan transaksi jual beli. Para pelaku UMKM yang hadir mendengarkan penjelasan dengan seksama. Pembicara ini membahas mengenai dasar penggunaan media sosial untuk bertransaksi jual beli, dari *shopee*, *facebook*, sampai *tiktok*.



Gambar 6: Tausiyah tentang tata cara menjalankan bisnis sesuai dengan syariat islam.

Pada kegiatan ini, kami juga mengadakan tausiyah dari seorang mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Program Studi Pendidikan Agama Islam Bernama Muhammad Ichlasul Amal. Tausiyah ini menerangkan tentang tata cara menjalankan bisnis sesuai dengan syariat islam. Tausiyah ini juga berisi motivasi agar menjadi penjual yang baik sebagaimana hukum islam.

Selain materi mengenai halalpreneurship, kami juga memberikan ucapan terima kasih dan kenang-kenangan kepada Desa Selogiri. Pemberian kenang-kenangan ini diberikan kepada Bapak Kiswan selaku perangkat Desa Selogori bagian Pelayanan Umum. Pemberian ucapan terima kasih ini diwakili oleh Bayu Pratama Putra selaku ketua panitia sekaligus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.



Gambar 7: Penyerahan plakat ucapan terima kasih

Dari pengabdian yang mahasiswa lakukan beserta dosen pengabdi, kami berharap akan terjadi perubahan di Desa Selogiri ini. Beberapa harapan kami antara lain:

1. Peningkatan Pendapatan Masyarakat. Diharapkan bahwa melalui pengembangan *Halal Preneurship*, masyarakat Desa Selogiri dapat meningkatkan pendapatan mereka melalui peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan penjualan produk dan

layanan. Hal ini diharapkan dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa.

2. Pemberdayaan Masyarakat. Dengan melibatkan masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan *Halal Preneurship*, diharapkan masyarakat akan merasa memiliki dan berperan aktif dalam mengelola destinasi wisata mereka. Hal ini akan meningkatkan rasa kepemilikan dan kebanggaan masyarakat terhadap desa mereka sendiri, serta mendorong kemandirian dan partisipasi dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan desa.
3. Pelestarian Alam dan Budaya. Diharapkan bahwa dengan pendekatan *Halal Preneurship*, masyarakat Desa Selogiri menjadi lebih sadar akan pentingnya menjaga kelestarian alam dan budaya mereka. Melalui pengembangan desa yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, diharapkan sumber daya alam dan budaya desa dapat dilestarikan untuk generasi mendatang.
4. Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan. Melalui pelatihan dan pembinaan yang dilakukan, diharapkan kualitas produk dan layanan *Halalpreneurship* dari masyarakat dan UMKM desa akan meningkat. Hal ini akan membantu meningkatkan daya saing dan citra destinasi wisata Desa Selogiri, serta memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan.
5. Dampak Sosial Positif. Diharapkan bahwa pengembangan *Halalpreneurship* akan menciptakan dampak sosial positif di masyarakat Desa Selogiri. Penyertaan masyarakat secara aktif dalam kegiatan desa dapat memperkuat ikatan sosial, membangun kebanggaan lokal, dan menciptakan lapangan kerja bagi penduduk desa, terutama bagi pemuda.
6. Peningkatan Kesadaran Halal dan Keberlanjutan. Melalui pengembangan *Halal Preneurship*, diharapkan masyarakat Desa Selogiri semakin sadar akan pentingnya kehalalan produk dan layanan, serta pentingnya menjaga keberlanjutan alam dalam kegiatan desa. Hal ini dapat menciptakan budaya yang lebih inklusif dan berkelanjutan di masyarakat desa.

Dengan harapan-harapan tersebut, kegiatan Pengembangan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui *Halalpreneurship* dapat memberikan dampak yang positif dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Selogiri, serta memperkuat potensi desa berkelanjutan dengan mempertimbangkan nilai-nilai kehalalan dan keberlanjutan alam.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa usaha masker kain *tie dye* yang dilakukan generasi muda di daerah Cepu, Blora, Ngadirejo, Kartasura dan Kelurahan Kartasura, Sukoharjo Jawa Tengah Indonesia dari segi: Inovasi, Kreativitas dan Pembeda yang dilakukan yakni investigasi inovasi, kreativitas masker kain *tie dye* di Cepu, Blora, Jawa Tengah menghasilkan bahan kain *Cotton combed 28 s 3 tumpuk fly*, Pewarna wantex (pewarna kain), Kemasan plastik pop, Merknya Jna_tiedye. Inovasi dan kreativitas masker kain *tie dye* di Ngadirejo, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah menghasilkan bahan kain katun, pewarna Dylon, Kemasan plastik pop, merknya Nura. Hijabsolo. Sementara di Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah menghasilkan Bahan kain Katun, pewarna wantex, Kemasan Plastik OPP. Sedangkan, Pendapatan bersihnya sebesar Rp 150.000 per minggu (Cepu), Rp 250.000 per minggu (Ngadirejo), Pendapatan Rp 150.000 per minggu (Kartasura).

Persaingan pemasaran semakin tinggi dan daya tarik konsumen yang menginginkan kualitas suatu produk disarankan pengusaha masker kain *tie dye* di Cepu, Blora, Jawa Tengah, di daerah Ngadirejo, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah dan di kelurahan Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah agar melakukan inovasi produk disesuaikan dengan harga terhadap kualitas suatu produk. Perkembangan pasar semakin pesat disarankan pengusaha masker kain *tie dye* untuk melakukan perluasan pemasaran dengan memberikan ciri khusus pada masker kain *tie dye* dengan motif terbaru dan *trend* dikalangan masyarakat guna meningkatkan daya beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Al, E. S. E. et. (2020). To mask or not to mask : Modeling the potential for face mask use by the general public to curtail the COVID-19 pandemic. *Infectious Disease Modelling* 5 (pp. 293– 308.).
- Amstrong, K. (2001). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi kedu). Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, P. K. dan G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Arifin, L. D. (1998). Teknologi Pencapan. Bandung: Sekolah Tinggi Teknologi Tekstil.
- BPOM, R. (2016). Kemasan Pangan Plastik.
- CDC. (2020). Considerations for Wearing Cloth Face Coverings.
- Christina, C. (2015). *Ink Jet Textile Printing*. Elsevier. Amster- dam.
- Chughtai, S. H. & M. C. R. A. D. (2020). Effectiveness of Cloth Masks for Protection Against Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2. *Emerging Infectious Diseases*, 26, 10.
- Cintya Anindita, Salma Ayu Nisa Romadhon, S. A. (2021). Motif Tie Dye Pada Produk Tekstil Menurut Pebisnis Online di Tengah Pandemi, *Vol. 1. No.*
- Fandy, T. (2001). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Fatmawiyati, J. (2018). Telaah Kreativitas (p. 2). Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/328217424>
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 108.
- Hartono, A. I. S. A. B. W. D. P. H. (2019). Pendampingan Pengembangan Kreativitas UMKM Melalui Inovasi Produk Oatmeal Madu pada UMKM Body Scrub. *Jurnal PATRIA ISSN : 2656-5455 (Media Online)*, Vol. 1 No.
- Kurniawan, M. W. (2020). *Pengaruh Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Masker Kain Disaat Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Ilir Timur III Kota Palembang*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Miles, B. M., & Huberman, A. M. (1992). Analisis Data Kualitatif (p. hlm 15). Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moeljoedarmo, S. (2008). Higiene Industri. Jakarta: Balai Penerbit FKUI.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif (Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munandar, U. (2017). Mengembangkan Bakat dan Kreatiivitas Anak Sekolah. Jakarta: PT.Gramedia.
- Munthe, R. T. J. D. (2021). Inovasi dan Kreativitas UMKM Di Masa Pandemi (Studi Kasus Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Magisma*, IX(1), 47.
- Nurif, S. M. dan M. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8(2), 182.
- Nurjannah. (2019). *Analisis Pendapatan Usaha Kue Tradisional Baje di Desa Tanete Kecamatan Tompobulu Kabupaten Gowa*. Universitas Negeri Makassar.
- Putri, S. I. (2020). Studi Literatur: Efektivitas Penggunaan Masker Kain Dalam Pencegahan Transmisi Covid-19. *Jurnal Kesehatan Manarang*, 6(Nomor Khusus), 11. Retrieved from <http://jurnal.poltekkesmamuju.ac.id/index.php/m>
- Riduwan. (2006). Metode dan Teknik Menyusun Tesis (p. 252). Bandung: Alfabeta.
- Ridwan, H. (2009). Buku Ajar Kesehatan Kerja. Jakarta: EGC.
- Sampurno, R. B. (2006). Aplikasi Polimer Dalam Industri Kemasan. *Jurnal Sains Materi Indonesia*, hal : 15-22.
- Sangadji, S. dan E. M. (2018). Manajemen Sumber Daya Strategik (p. h. 34). Yogyakarta: ANDI.
- Sarijani, E., Baedhowi, & Sawiji, H. (2016). Peran Kreativitas dan Inovasi Pelaku Usaha Dalam Diversifikasi Produk Pada kedai Steak & Chicken Di Kab. Magetan Tahun 2014 (Implementasi Pendidikan Kewirausahaan). *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri*, 1(1), 4.
- Sri, H. (2012). Peran inovasi : Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Volume 14.
- Sriyanto, S. dan D. (2016). Dampak Kemampuan, Kreativitas, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Langkat. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Grraha Kirana*.
- Sulchan, M. E. N. W. (2007). Keamanan Pangan Kemasan Plastik dan Styrofoam. *Maj Kedokt Indon*, Volum: 57, Nomor: 2,.

- Suri amilia, M. O. A. N. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN* No. 1, Vol, 6.
- Swastha, B. D. (2003). Sebuah Analisa Pemasaran. Yogyakarta.
- Theopilus, Y., Yogasara, T., Theresia, C. & Octavia, J. R. (2020). Analisis Risiko Produk Alat Pelindung Diri (APD) Pencegah Penularan COVID-19 untuk Pekerja Informal di Indonesia, Hal. 115–134.
- Wang, J., Pan, L., Tang, S., Ji, J. S. & Shi, X. (2020). Mask use during COVID-19: A risk adjusted strategy. *Elsevier*.
- WHO. (2020). Anjuran Mengenail Penggunaan Masker dalam Konteks COVID-19.