

SOSIALISASI DAN STRATEGI PEMILIHAN PRODUK PANGAN HALAL DI DESA WUKIRSARI IMOGIRI BANTUL

SOCIALIZATION AND STRATEGY OF SELECTION OF HALAL FOOD PRODUCTS IN WUKIRSARI VILLAGE IMOGIRI BANTUL

Eman Darmawan ^{1*)}, Nissa Clara Firsta ²⁾

^{1,2} Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Widya Mataram
Dalem Mangkubumen KT III/237, Kraton, Yogyakarta

*Email korespondensi: emandarma67@gmail.com

Abstrak

Konsep halal merujuk pada segala sesuatu yang diperbolehkan atau sah dalam ajaran Islam. Keberagaman produk yang beredar di masyarakat saat ini belum terjamin kehalalannya sehingga menimbulkan kekhawatiran dan kewaspadaan di kalangan konsumen Muslim. Konsumen Muslim perlu lebih selektif dalam memilih produk yang dikonsumsi agar sesuai dengan prinsip kehalalan sehingga untuk menjamin kehalalan produk yang beredar dipasaran. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang cukup kepada konsumen dan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), sehingga dapat membantu menentukan produk halal, serta meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap titik kritis kehalalan produk pangan dan teknis pengajuan sertifikasi halal. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan penyuluhan secara klasikal dan praktik yang dilakukan di Desa Wukirsari, Kapanewon Imogiri, Bantul. Berdasarkan hasil pelaksanaan, kemampuan masyarakat dan pelaku usaha UMKM di Desa Wukirsari, Kapanewon Imogiri, Bantul memiliki pengetahuan yang cukup untuk memilih produk pilihannya sesuai keyakinannya. Berdasarkan hasil kegiatan dan evaluasi yang dilakukan selama kegiatan, maka dapat disimpulkan, bahwa pemahaman masyarakat tentang produk halal dan pengetahuan terhadap titik kritis dan teknis pengajuan sertifikasi halal mengalami peningkatan.

Kata kunci : halal, sosialisasi, produk pangan,

Abstract

The concept of halal refers to everything that is permitted or lawful in Islamic teachings. The diversity of products circulating in society today has not been guaranteed halal, thus causing concern and vigilance among Muslim consumers. Muslim consumers need to be more selective in choosing the products they consume so that they are in accordance with the principles of halalness so as to guarantee the halalness of products circulating in the market. This community service aims to provide sufficient knowledge to consumers and Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM), so that they can help determine halal products, as well as increase public knowledge of the critical points of halal food products and the technicalities of submitting halal certification. The method of implementing community service activities is carried out through classical counseling and practice carried out in Wukirsari Village, Imogiri Sub-district, Bantul. Based on the results of the implementation, the ability of the community and UMKM business actors in Wukirsari Village, Imogiri Sub-district, Bantul has sufficient knowledge to choose their preferred products according to their beliefs. Based on the results of activities and evaluations carried out during the activity, it can be concluded that the community's understanding of halal products and knowledge of critical points and technicalities for submitting halal certification has increased.

Keywords : halal, socialization, food product

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim sejumlah 203 juta (13%) dari total penduduk muslim dunia (Mufid, 2013). Kehadiran agama Islam memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam hal konsumsi produk sehari-hari. Umat muslim memiliki aturan cermat terkait konsumsi makanan, kosmetik dan obat-obatan, yang harus mematuhi prinsip-prinsip kehalalan. Prinsip ini menjadi landasan dalam pemilihan produk yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Konsep halal merujuk pada segala sesuatu yang diperbolehkan atau sah dalam ajaran Islam. Sebaliknya, pantangan atau haram mencakup segala sesuatu yang dilarang atau tidak sah. Prinsip-prinsip ini membentuk dasar dalam memastikan kesucian dan keabsahan suatu produk. Umat muslim diwajibkan mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*thayyib*). Merujuk pada aturan dalam agama islam, halal berarti apa yang boleh kita makan, dan aspek baik atau disebut *thayyib* memiliki arti makanan yang dikonsumsi haruslah sehat, aman, tidak berlebihan dan halal.

Hal ini telah tertulis dalam Al-Qu'an bahwa Allah memperingatkan hamba-Nya untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik (*thayyib*) (Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 183). Hal ini berkesinambungan pada ayat lain yang menyebutkan bahwa seorang muslim diharamkan mengonsumsi bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas nama Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat disembelih.

Di Indonesia, peraturan terkait produk halal diatur oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang (UU) Nomor 33 Tahun 2014. Pada UU ini dijelaskan bahwa BPJPH memiliki tanggung jawab untuk melakukan sertifikasi dan pengawasan produk halal di Indonesia. Meskipun regulasi sudah ada, sebagian besar produk di Indonesia, khususnya makanan, belum semuanya tersertifikasi halal. Terdapat produk kuliner, baik kuliner jalanan, kedai, maupun kuliner beku (*frozen food*) yang belum terjamin menggunakan bahan baku halal serta melalui proses produksi yang *thayyib*. Keberadaan produk yang belum terjamin kehalalannya menimbulkan kekhawatiran dan kewaspadaan di kalangan konsumen Muslim.

Guna mengatasi permasalahan ini, produsen makanan dan pedagang kuliner diupayakan untuk memperoleh sertifikasi halal. Sertifikat halal ini diharapkan dapat memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan dan proses produksinya telah memenuhi standar kehalalan dan *thayyib* yang ditetapkan.

Pentingnya pengetahuan konsumen tentang produk halal menjadi titik kritis dalam memastikan keberhasilan implementasi regulasi. Konsumen perlu memahami ciri-ciri proses atau bahan yang tidak halal agar dapat membuat pilihan yang tepat (Satria, 2021). Untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk halal, perlu dilakukan upaya sosialisasi. Oleh karena itu, diperlukan proses sosialisasi halal yang efektif untuk memberikan pengetahuan yang cukup kepada konsumen, produsen, dan membantu mereka membuat pilihan yang sesuai dengan nilai dan keyakinan keagamaan mereka. Dengan demikian, upaya ini diharapkan dapat menciptakan lingkungan konsumen yang lebih cerdas dan kritis terhadap produk halal di Indonesia. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk halal dan meningkatkan pengetahuan masyarakat/peserta terhadap titik kritis dan memahami langkah teknis pengajuan sertifikasi halal.

2. METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

A. Rekrutmen Peserta

Proses rekrutmen peserta pelatihan Pengabdian Kepada Masyarakat (Pentingnya produk makanan memiliki tanda makanan halal) dilakukan melalui proses sosialisasi kepada pengusaha UMKM dan warga masyarakat bersama dengan aparat pemerintah Kalurahan Wukirsari, Kapanewon Imogiri, Kabupaten Bantul. Adanya pemahaman dari pengusaha UMKM dan masyarakat, sehingga mereka siap bekerja sama untuk melaksanakan program pengabdian masyarakat.

B. Metode Pelatihan, Bimbingan dan Pola Penyelesaian Masalah

Metode pelatihan, bimbingan, dan pola penyelesaian masalah dalam PKM ini dilakukan melalui dua cara :

1. Metode klasikal, yaitu dilakukan sosialisasi secara luring kepada warga mengenai pentingnya tanda makanan halal dan titik kritis halal serta teknis pengajuan sertifikasi produk halal (Nasirudin, dkk., 2021).
2. Praktik, yaitu dilakukan pendampingan secara langsung kepada peserta pelatihan untuk menentukan titik kritis halal dan pendampingan untuk memperoleh sertifikasi halal bagi peserta yang memiliki produk dan berpotensi dapat diurus sertifikasi halalnya ke BPJPH (Nasirudin, dkk., 2021).

Rencana kegiatan dalam kegiatan PKM ini adalah dengan melakukan pelatihan pentingnya produk makanan memiliki label halal dan pengenalan titik kritis halal pada bahan baku dan proses produksi. Tahapan pelatihan yang dilakukan meliputi :

- a. Persiapan pelatihan
- b. Koordinasi dengan pengurus Kalurahan Wukirsari, Kapanewon Imogiri, Kabupaten Bantul
- c. Pemberian materi pelatihan
- d. Evaluasi

C. Tahapan Penyusunan Program

Rencana kegiatan yang diusulkan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi Program
Pada tahap ini UMKM dan warga Kalurahan Wukirsari akan diundang dan dihadirkan untuk mengikuti sosialisasi
2. Pelatihan Pentingnya Produk Makanan Memiliki Tanda Makanan Halal
Pada sesi ini, akan disosialisasikan pentingnya memilih dan menggunakan bahan penolong, bahan tambahan serta bahan baku yang halal dan pentingnya keberadaan label halal sebagai tanda suatu produk telah terjamin kehalalannya
3. Pelatihan Titik Kritis Halal dan Teknis Pengajuan Sertifikasi Produk Halal
Pada tahap ini akan disosialisasikan tentang titik kritis halal pada produk dan titik kritis proses halal selama produksi serta akan dijelaskan teknis pengajuan sertifikasi produk halal secara *self declare* dan dilakukan pendampingan bagi peserta UMKM yang berpotensi menuju sertifikasi halal ke BPJPH.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 25 Mei 2023, di Kantor Kalurahan Wukirsari, Kapanewon Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan ini menunjukkan adanya inisiatif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai kehalalan produk di kalangan warga dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini dihadiri oleh

50 warga, baik yang memiliki maupun tidak memiliki usaha. Kegiatan ini menyoroti pentingnya sertifikasi halal dalam produk yang dikonsumsi sehingga masyarakat muslim dapat menerapkan keseharian sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Peserta mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan dengan bersemangat.

Warga masyarakat Kalurahan Wukirsari, Kapanewon Imogiri, Kabupaten Bantul mayoritas merupakan pemeluk agama Islam/muslim, yang mana memiliki aturan ketat terkait konsumsi makanan, kosmetik dan obat-obatan dan harus mematuhi prinsip-prinsip kehalalan. Prinsip ini menjadi landasan dalam pemilihan produk yang digunakan sehari-hari. Merujuk pada aturan agama islam, makanan halal memiliki arti makanan yang boleh dimakan. Disisi lain, *thayyib* memiliki arti makanan yang sehat, tidak berlebihan, dan halal (Muzakki, 2020).

Meskipun regulasi mengenai sertifikasi halal sudah ada, sebagian besar produk yang beredar di masyarakat baik yang diproduksi oleh masyarakat Kalurahan Wukirsari, Kapanewon Imogiri, Kabupaten Bantul, khususnya pada makanan, belum semuanya tersertifikasi halal. Produk kuliner seperti camilan, kedai, maupun *street food* yang belum terjamin menggunakan bahan baku halal serta melalui proses produksi yang *thayyib* (Ninie, Daril, Afan, & Achmad, 2021). Keberadaan produk yang belum terjamin kehalalannya menimbulkan kekhawatiran dan kewaspadaan di kalangan konsumen Muslim. Dengan adanya proses sosialisasi halal yang telah dilakukan oleh Tim Program Studi (Prodi) Teknologi Pangan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Widy Mataram (UWM) dapat meningkatkan pengetahuan yang cukup mengenai produk halal kepada peserta pelatihan, membantu mereka membuat pilihan yang sesuai dengan nilai dan keyakinan keagamaan mereka. Dengan demikian, upaya ini memiliki luaran dapat menciptakan lingkungan konsumen yang lebih cerdas dan kritis terhadap produk halal khususnya di Kalurahan Wukirsari dan umumnya di Indonesia.



Gambar 1. Pemaparan Materi

Bagi pelaku UMKM atau produsen makanan dan minuman, pelatihan ini dapat meningkatkan pengetahuan peserta terhadap titik kritis halal. Titik kritis halal pada pangan menjadi faktor penting untuk dipahami karena dapat menentukan apakah suatu tahapan produksi terdapat kemungkinan penyebab produk menjadi haram. Pengendalian titik kritis halal ini menjadi parameter untuk memastikan produk olahan yang semula halal tidak berubah menjadi tidak halal akibat kesalahan pada beberapa faktor, seperti tidak diterapkannya prosedur produksi yang benar, kesalahan pada sumber daya manusia, atau penggunaan bahan yang tidak halal (Kinanti, Pujiyanto, & Kastaman, 2020). Pentingnya titik kritis halal berkaitan dengan pedoman halal yang telah dibuat. Pedoman ini mencakup bahan-bahan yang digunakan untuk produksi dan tahapan proses yang dapat mempengaruhi kehalalan produk (Habibah & Juwitaningtyas, 2022). Dengan memahami titik kritis ini, produsen dapat mengidentifikasi dan mengelola risiko yang mungkin timbul selama proses produksi, sehingga memastikan produk akhir tetap halal dan aman untuk dikonsumsi.

Selain itu, pelatihan peserta dari masyarakat dan UMKM Kapanewon Wukirsari telah lebih memahami pentingnya tanda halal pada produk yang dipasarkan. Bagi konsumen, tanda halal memberikan jaminan kehalalan, kebersihan, kesehatan dan keamanan bahwa produk tersebut aman, bersih, sehat, dan sesuai dengan ketentuan agama untuk dikonsumsi. Selanjutnya bagi produsen, keberadaan label halal berperan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk. Loyalitas konsumen salah satunya dipengaruhi oleh harga jual produk (Putri, Fatmala, Putri, Ningtias, & Yusdita, 2023). Produk yang bersertifikat halal juga memiliki daya saing yang lebih besar dibandingkan produk yang tidak memiliki sertifikat halal, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memenuhi kebutuhan pasar global (Retno, 2019; Yuli & Syaad, 2012). Dengan memiliki sertifikat halal, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk di pasar internasional yang memerlukan jaminan kehalalan produk (Syarifudin & Fahma, 2022).



Gambar 2. Pendampingan Pengajuan Sertifikasi Halal

Manfaat lain dari pelatihan ini yaitu peserta memahami teknis pengajuan sertifikat halal ke BPJPH dan pendampingan selama proses pengajuan. Proses sertifikasi halal dapat menjadi tantangan bagi UMKM, baik dari segi biaya maupun prosedur. Namun, dengan pemahaman yang tepat dan pendampingan yang memadai, UMKM dapat melalui proses ini dengan lebih mudah, sehingga produk mereka memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Sertifikasi halal tidak hanya penting bagi perusahaan besar, tetapi juga berdampak signifikan pada UMKM. Selain itu, sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka lebih banyak peluang pasar bagi UMKM. Dengan demikian, sertifikasi halal menjadi investasi penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

Pentingnya sertifikasi halal juga terkait dengan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur kewajiban sertifikasi halal bagi produk yang dipasarkan di Indonesia, termasuk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan barang lain yang digunakan sehari-hari (Geofani, Sanusi, & Rakhmatullah, 2024). Tujuan UU ini yaitu untuk melindungi konsumen, terutama umat Muslim, agar mereka dapat yakin bahwa barang yang mereka gunakan atau konsumsi memenuhi persyaratan kehalalan yang ditetapkan oleh syariat Islam. Dengan mematuhi regulasi ini, UMKM tidak hanya memenuhi kewajiban hukum tetapi juga menunjukkan komitmen mereka dalam menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keyakinan konsumen.

Selain aspek kehalalan, pelatihan ini juga menekankan pentingnya aspek *thayyib* dalam produksi pangan. *Thayyib* mencakup aspek kesehatan, kebersihan, dan kualitas yang baik. Produk yang halal dan *thayyib* tidak hanya memenuhi standar keagamaan tetapi juga standar kesehatan dan keselamatan konsumen (Rojabiah, Suryani, & Budiyo, 2023). Konsep *thayyib* merupakan elemen penting dalam produksi pangan yang menekankan pada kebaikan, kebersihan, kesehatan, dan kualitas produk. Dijelaskan dalam perspektif Islam, makanan yang dikonsumsi tidak hanya harus halal secara hukum, tetapi juga *thayyib*, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 yang menyerukan kepada manusia untuk memakan makanan yang "halal lagi baik". Konsep *thayyib* mencakup beberapa dimensi utama, antara lain aspek kesehatan dan keamanan pangan, kebersihan dalam proses produksi, serta etika dan tanggung jawab sosial. Produk yang *thayyib* harus bebas dari bahan berbahaya, diproses secara higienis, serta memenuhi standar keamanan pangan yang berlaku, seperti penerapan sistem HACCP dan sanitasi yang ketat. Takami & Aghwan, (2024) menyatakan bahwa makanan *thayyib* juga memperhatikan nilai-nilai etis, seperti perlakuan baik terhadap hewan, praktik produksi yang ramah lingkungan, serta transparansi dalam distribusi. Produsen yang mengedepankan prinsip *halalan thayyiban* tidak hanya akan memenuhi ketentuan syariat, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap kesehatan dan keselamatan konsumen. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat citra positif produk di pasar. Kesadaran konsumen terhadap pangan *thayyib* semakin meningkat seiring dengan kepedulian terhadap kesehatan, lingkungan, dan etika. Dengan memastikan produk yang dihasilkan halal dan *thayyib*, produsen dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membangun reputasi positif di pasar (Tsani, Susilo, Suyanto, Setiawan, & Sudanto, 2021).

Evaluasi merupakan bagian penting dalam setiap kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM), karena melalui evaluasi dapat diketahui tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan, daya serap materi oleh peserta, serta efektivitas metode penyampaian materi yang digunakan. Pada kegiatan PKM ini, evaluasi dilakukan melalui pendekatan kuis (*quiz*) lisan dengan model pertanyaan benar/salah yang disampaikan langsung oleh pemateri di akhir sesi penyampaian materi. Metode evaluasi ini dipilih dengan mempertimbangkan beberapa faktor. Pertama, karakteristik peserta yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga, yang cenderung lebih merespons metode interaktif dan langsung. Kedua, keterbatasan waktu yang tidak memungkinkan dilakukannya *pre-test* dan *post-test* secara tertulis. Oleh karena itu, kuis lisan dengan jawaban benar/salah dianggap sebagai pendekatan yang paling sesuai

untuk mengukur pemahaman peserta dalam waktu yang relatif singkat namun tetap memberikan data yang representative. Misalnya, salah satu pertanyaan berbunyi: "Label halal di Indonesia dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)." Peserta kemudian diminta untuk menjawab apakah pernyataan tersebut benar atau salah. Proses ini dilakukan secara interaktif di mana peserta dapat langsung merespons secara lisan maupun dengan mengangkat tangan sesuai instruksi. Setidaknya terdapat 10 pertanyaan lisan yang diberikan kepada peserta secara bergiliran. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mencakup topik-topik utama seperti : pengertian dan prinsip halal, bahan makanan dan minuman, proses produksi halal, peran lembaga halal di Indonesia, label dan logo halal, regulasi dan UU jaminan produk halal. Pertanyaan dirancang dengan mempertimbangkan tingkat kesulitan sedang, agar tetap menantang namun tetap dapat dijawab oleh peserta yang menyimak materi dengan baik.

Pengamatan terhadap respons peserta dilakukan secara langsung oleh tim pelaksana. Tim mencatat jumlah peserta yang memberikan jawaban benar maupun salah pada setiap pertanyaan. Untuk meningkatkan akurasi, setiap jawaban peserta dicatat dalam lembar observasi oleh dua orang observer secara independen, kemudian dibandingkan untuk memastikan konsistensi data. Selain itu, respon peserta juga diamati dari aspek non-verbal seperti ekspresi wajah, keraguan saat menjawab, dan ketegasan dalam menyampaikan jawaban, untuk memberikan gambaran lebih lengkap mengenai tingkat keyakinan dan pemahaman peserta. Dari hasil pengamatan langsung, diketahui bahwa sebanyak 40 dari 50 peserta atau 80% dapat menjawab sebagian besar pertanyaan dengan benar. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memahami dengan baik materi yang disampaikan selama kegiatan berlangsung. Secara khusus, 6 dari 10 pertanyaan dijawab benar oleh lebih dari 90% peserta, sementara 4 pertanyaan lainnya dijawab benar oleh minimal 70% peserta. Ini menandakan bahwa materi yang disampaikan cukup efektif dalam menyampaikan pesan edukatif kepada peserta. Selanjutnya, tim pelaksana juga melakukan analisis reflektif terhadap hasil kuis. Pertanyaan-pertanyaan yang dijawab salah oleh lebih banyak peserta dianalisis untuk mengidentifikasi kemungkinan penyebabnya. Dalam beberapa kasus, ditemukan bahwa kurangnya ilustrasi visual atau contoh konkret saat penyampaian materi menjadi salah satu penyebab rendahnya pemahaman pada poin tertentu. Berdasarkan temuan ini, tim menyusun catatan perbaikan yang akan digunakan dalam kegiatan sejenis di masa mendatang. Selain sebagai alat evaluasi kognitif, kuis ini juga berfungsi sebagai sarana refleksi bersama. Pemateri menjelaskan ulang jawaban dari setiap pertanyaan setelah peserta menjawab, dan memberikan penjelasan tambahan apabila ditemukan kekeliruan umum. Proses ini juga meningkatkan keterlibatan peserta, karena mereka merasa dilibatkan secara aktif dalam kegiatan dan tidak hanya menjadi penerima informasi secara pasif.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kuis lisan ini memberikan beberapa manfaat. Pertama, metode ini mampu mengevaluasi pemahaman peserta secara langsung dan cepat. Kedua, karena dilakukan secara lisan dan interaktif, kuis ini juga meningkatkan suasana kelas yang lebih dinamis dan tidak membosankan. Ketiga, metode ini cocok untuk kelompok sasaran yang memiliki rentang usia dewasa yang mayoritas adalah ibu rumah tangga dengan preferensi pada pendekatan edukatif yang komunikatif dan tidak terlalu formal. Namun demikian, perlu dicatat bahwa metode kuis lisan ini juga memiliki keterbatasan. Salah satunya adalah keterbatasan dalam mengukur pemahaman secara mendalam karena hanya menggunakan format benar/salah. Selain itu, metode ini tidak memberikan dokumentasi tertulis dari jawaban peserta, sehingga data hanya bersifat observasional dan tidak dapat diarsipkan untuk jangka panjang. Oleh karena itu, ke depan, penggunaan kuis lisan ini dapat dilengkapi dengan metode evaluasi tambahan seperti kuesioner tertulis singkat, refleksi tertulis dari peserta, atau bahkan evaluasi berbasis praktik untuk mengukur keterampilan yang diperoleh.



Gambar 3. Foto Kegiatan Bersama dengan Peserta Sosialisasi dan Pelatihan Strategi Pemilihan Produk Pangan Halal di Desa Wukirsari Imogiri Bantul

4. PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan dan hasil evaluasi yang telah dilakukan selama kegiatan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini telah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk halal serta peningkatan pengetahuan masyarakat/peserta terhadap titik kritis dan teknis pengajuan sertifikasi halal juga meningkat. Kegiatan pengabdian masyarakat di Kalurahan Wukirsari memberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya kehalalan dan *thayyib* dalam produk makanan. Sosialisasi ini meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk halal serta membantu UMKM memahami titik kritis kehalalan dan proses sertifikasi halal. Dengan adanya sertifikasi, produk UMKM memiliki daya saing lebih tinggi dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain memenuhi regulasi, sertifikasi halal juga membangun kepercayaan konsumen. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam menciptakan masyarakat yang lebih sadar akan kehalalan produk serta mendorong UMKM untuk memproduksi makanan yang halal dan berkualitas.

B. SARAN

Dalam pengajuan sertifikasi halal para pelaku usaha terlebih dahulu harus sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga perlu adanya pendampingan dari Desa maupun Tim Pengabdi mengenai pendaftaran NIB yang dilakukan secara online karena masih rendahnya pemahaman terhadap IT. Selain itu, kolaborasi dengan instansi terkait seperti BPJPH dan LPPOM MUI dapat mempercepat proses sertifikasi. Program lanjutan seperti monitoring dan evaluasi juga diperlukan untuk memastikan implementasi ilmu yang telah diberikan. Dengan pendekatan berkelanjutan, diharapkan lebih banyak UMKM yang tersertifikasi halal, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal maupun global.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih tim pengabdi ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Widya Mataram atas dukungan pendanaannya sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana

6. DAFTAR PUSTAKA

- Geofani, J. B., Sanusi, & Rakhmatullah, B. R. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Dalam Mendapatkan Jaminan Produk Halal Atas Transaksi secara Online. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1).
- Habibah, M., & Juwitaningtyas, T. (2022). Identifikasi Titik Kritis Kehalalan Bahan Pangan Produk Dodol Salak di Sarisa Merapi Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesia Journal of Halal*, 5(2).
- Kinanti, B. A., Pujianto, T., & Kastaman, R. (2020). Halal Critical Point Analysis of Production in Aksara Small Medium Enterprises Community in Cimahi Using Failure Mode Effect Analysis (FMEA). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(4).
- Mufid, A. S. (2013). Paham Ahlu Sunnah Wal Jama'ah dan Tantangan Kontemporer Dalam Pemikiran Dan Gerakan Islam Di Indonesia. *Harmoni*, 12(3).
- Muzakki. (2020). *Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Terhadap Kesehatan Dalam Al-Qur'an (Analisis Kajian Tafsir Tematik)*.
- Nasirudin, M., Faizah, M., Ashar, S., Kirana Dewi, M., A Wahab Hasbullah, U. K.. (2021). Penerapan Metode Tilawati dalam Pembelajaran Membaca Al-Quran di Pondok Sabilul Huda. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 2774–6755.
- Ninie, F. P., Daril, R. Z., Afan, H., & Achmad, D. K. (2021). Pendampingan Menuju Sertifikasi Halal pada Produk Socolat UMKM Pondok Modern Sumber Daya At-Taqwa. *JPP Iptek*, 5(1).
- Putri, D. V., Fatmala, F., Putri, E. Y., Ningtias, Y. D. A., & Yusdita, E. E. (2023). Pelatihan Pencatatan Akuntansi Sederhana dan Perhitungan Laba Rugi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kerupuk Puli Magetan. *Amare*, 2(2).
- Retno, D. (2019). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Rojabiah, N., Suryani, S., & Budiyanto, S. (2023). Korelasi Makanan Halal dan Thoyib Terhadap Kesehatan dalam Perspektif Al-Quran. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halla Issues*, 3(1).
- Satria, A. D. (2021). Makanan Halal Perspektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Kota Palangkaraya. *Jurnal Studi Islam*, 22(2).
- Syaifudin, M., & Fahma, F. (2022). Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak. *Jurnal Performa*, 21(1).
- Takami, S., & Aghwan, Z. A. (2024). Conceptual Framework of Halalan *Thayyiban*: A Review. *Journal of Halal Science and Technology*, 3(1).
- Tsani, A. F., Susilo, H., Suyamto, S., Setiawan, U., & Sudanto, S. (2021). Halal and *Thayyib* Food in Islamic Sharia Perspective. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 1(1).
- Yuli, M. R., & Syaad, A. (2012). Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(1).