

---

## Penguatan Kapasitas UMKM melalui Mentoring Bisnis dan Pendampingan Sertifikasi Halal di Kecamatan Parung Panjang Kabupaten Bogor

Wahyu Widodo Saputro<sup>1\*</sup>, Luthfi Rantaprasaja<sup>2</sup>, Iqbal Abdul Muqith<sup>3</sup>

Institut Nida El-Adabi<sup>123</sup>

Email: wahyuwidodo.spt26@gmail.com

---

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy. However, the dominance of micro-enterprises indicates that most MSMEs remain at the survival business stage and face challenges related to managerial capacity, market access, and business legality. In addition, the mandatory halal certification policy for food and beverage products by October 2026 requires MSMEs to improve their readiness to comply with regulatory requirements. Limited halal literacy and the perception that the certification process is complicated remain major barriers among business actors. This community service program aimed to strengthen business capacity and enhance halal certification awareness among MSME actors in Parung Panjang District, Bogor Regency. The program employed MSME mapping, needs assessment, business training, mentoring, halal certification socialization, and consultation on Islamic financing. The activities were conducted in collaboration with the Universitas Indonesia Halal Center (UIHC), the Tangan Di Atas (TDA) Community, Bank Syariah Indonesia (BSI), and BPRS HIK. The results showed an improvement in participants' understanding of business development strategies, halal certification obligations, application procedures through the self-declare scheme, and access to Islamic financing. The program contributed to strengthening business capacity, product legality, and MSME competitiveness, thereby supporting the transition from survival-oriented enterprises to more sustainable and growth-oriented businesses.*

**Keywords:** MSMEs; Business Mentoring; Halal Certification; Community Empowerment.

### ABSTRAK

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Namun, dominasi usaha mikro menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih berada pada tahap survival business dan menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya kapasitas manajerial, akses pasar, dan legalitas usaha. Di sisi lain, pemberlakuan kewajiban sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman hingga Oktober 2026 menuntut kesiapan UMKM dalam memenuhi regulasi yang berlaku. Rendahnya literasi halal dan persepsi bahwa proses sertifikasi rumit masih menjadi hambatan utama. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas bisnis dan pemahaman sertifikasi halal bagi pelaku UMKM di Kecamatan Parung Panjang, Kabupaten Bogor. Metode pelaksanaan meliputi pemetaan UMKM, identifikasi kebutuhan, pelatihan, mentoring bisnis, sosialisasi sertifikasi halal, dan konsultasi akses pembiayaan syariah. Kegiatan dilaksanakan melalui kolaborasi dengan Universitas Indonesia Halal Center (UIHC), Komunitas Tangan Di Atas (TDA), Bank Syariah Indonesia (BSI), dan BPRS HIK. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pengembangan usaha, kewajiban sertifikasi halal, prosedur pengajuan melalui skema self declare, serta akses pembiayaan syariah. Program ini berkontribusi*

dalam memperkuat kapasitas usaha, legalitas produk, dan daya saing UMKM menuju usaha yang lebih berkelanjutan.

**Kata Kunci:** UMKM; Mentoring Bisnis; Sertifikasi Halal; Pemberdayaan Masyarakat.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai tulang punggung perekonomian nasional Indonesia di tengah berbagai tantangan global (Sinha dkk., 2024). Usaha mikro merupakan bagian penting dari aktivitas perekonomian masyarakat Indonesia dan banyak dijumpai di berbagai lingkungan, baik di kawasan permukiman maupun pusat-pusat perdagangan. Keberadaan usaha mikro berperan dalam menciptakan lapangan kerja, menghasilkan pendapatan, serta mendukung keberlangsungan ekonomi rumah tangga. Berdasarkan data terbaru dari Dashboard Satu Data KemenUMKM per 31 Desember 2025 menunjukkan bahwa:



**Gambar 1.** Jumlah UMKM di Indonesia

Dengan jumlah yang cukup massif pada akhir tahun 2025, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 30.209.069 unit, yang tersebar diseluruh Indonesia dimana mayoritas berada di pulau jawa dengan total 17.551.821. Persentase Nasional mencakup sekitar 58,07% dari total 30.209.069 unit UMKM di seluruh Indonesia, dimana skala usaha mayoritas UMKM di Pulau Jawa berada pada kategori Mikro (17.510.271 unit), diikuti Kecil (32.845 unit), dan Menengah (8.705 unit). Selanjutnya Pulau Sumatera dengan terbanyak kedua dengan 6.264.297 unit (20,74%), Pulau Sulawesi memiliki 2.513.131 unit (8,32%), Bali & Nusa Tenggara memiliki 1.899.416 unit (6,29%), Pulau Kalimantan memiliki 1.486.055 unit (4,92%), dan terakhir Maluku & Papua wilayah dengan jumlah paling sedikit, yaitu 494.299 unit (1,64%) (*Publikasi Data Mikro | UMKM*, 2025).

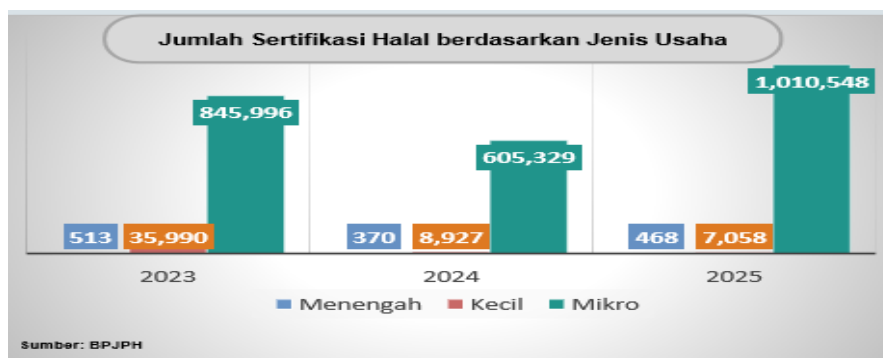
Secara keseluruhan di Indonesia, struktur pelaku ekonomi sangat timpang dan didominasi oleh unit terkecil di mana Usaha Mikro Mendominasi mutlak sebesar 99,70% (30.119.928 unit), Usaha Kecil: Hanya sebesar 0.24% (73.828 unit) dan Usaha Menengah: Sangat sedikit, hanya 0,05% (15.313 unit). Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 61%, setara Rp9.580 triliun, sekaligus menyerap sekitar 117 juta pekerja atau sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional namun didominasi usaha mikro yang kontribusinya per unit rendah dan sulit naik kelas (Delfira et al. 2025; Rainanto 2019; Tambunan 2022). Angka-angka ini mempertegas betapa sentralnya posisi UMKM dalam struktur ekonomi Indonesia, dan sekaligus menggarisbawahi urgensi pemberdayaan sektor ini secara berkelanjutan.

Namun di balik besarnya kontribusi tersebut, terdapat persoalan struktural yang belum sepenuhnya terpecahkan, di mana mayoritas UMKM masih terjebak dalam kondisi stagnan dan sekadar bertahan (*survival mode*), alih-alih tumbuh dan berkembang (Delfira dkk., 2025). Sebagaimana disampaikan pada gambar di atas dari 30,2 juta total unit usaha di tanah air, sebanyak 99,70% adalah Usaha Mikro. Mereka adalah penyelamat ekonomi saat krisis, namun di sisi lain, dominasi mutlak skala mikro ini juga mencerminkan betapa sulitnya pelaku usaha kita untuk "naik kelas".

Pertumbuhan usaha mikro sering lebih merefleksikan kemiskinan (usaha terpaksa) daripada jiwa wirausaha, sehingga orientasinya sekadar survival bukan ekspansi hal ini dikarenakan keterbatasan modal, kemampuan manajerial, dan akses pasar/teknologi (Delfira et al. 2025; Rainanto 2019; Maksum et al. 2020; Ratnaningtyas et al. 2025). Banyak pelaku merasa nyaman dengan skala sekarang dan enggan ambil risiko untuk berkembang (Canryfay Elisabet Lumban, 2025), struktur ini menegaskan bahwa persoalan utama UMKM Indonesia bukan lagi soal menambah jumlah pelaku usaha, melainkan membuka jalur transisi yang nyata agar usaha mikro dapat naik kelas secara berkelanjutan. Kondisi ini diperparah oleh berbagai hambatan kapasitas yang masih membelit pelaku usaha di lapangan.

Sebuah studi yang dilakukan oleh 60 Decibels melalui wawancara terhadap 835 usaha kecil di Indonesia mengungkapkan bahwa hanya sepertiga dari pelaku usaha kecil yang telah mengakses layanan dukungan seperti pelatihan pengembangan usaha, manajemen keuangan, keahlian digital, dan manajemen sumber daya manusia (*Empowering Indonesia's Small Businesses*, 2024). Sementara itu, penelitian lain memperkuat temuan serupa seperti hasil penelitian terhadap pelaku UMKM di Kabupaten Bengkalis menunjukkan bahwa perkembangan usaha para responden relatif stagnan, hanya beberapa usaha saja yang menunjukkan peningkatan nyata (Misdawita dkk., 2023). Dari sisi kapasitas bisnis, akademisi dari Universitas Andalas menyatakan bahwa banyak UMKM sulit berkembang karena tidak memahami kapasitas daya saing bisnis maupun daya saing produk, bahkan sekalipun berkembang tidak signifikan atau stagnan (Ratnaningtyas dkk., 2025). Kondisi ini memperlihatkan bahwa kehadiran UMKM secara kuantitatif belum berbanding lurus dengan kapasitas dan daya saing mereka secara kualitatif.

Permasalahan kapasitas ini tidak berdiri sendiri. Salah satu dimensi yang kini semakin kritis adalah persoalan legalitas dan jaminan mutu produk, khususnya terkait sertifikasi halal. Gambar



**Gambar 2.** Jumlah Sertifikasi Halal Berdasarkan Jenis Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, seluruh produk makanan dan minuman yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal (Wibiksana & Sumiyati, 2024). Sifat sukarela (*voluntary*) dari sertifikasi halal produk-produk tertentu secara resmi berakhir pada 17 Oktober 2024, yang berarti per tanggal 18 Oktober 2024 semua produk makanan dan

minuman dari pelaku usaha menengah dan besar harus telah bersertifikat halal. Adapun bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK), penahapan kewajiban bersertifikat halal untuk produk makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan dimulai dari tanggal 17 Oktober 2019 sampai dengan tanggal 17 Oktober 2026, sebagai bentuk keberpihakan pemerintah terhadap keterbatasan kapasitas UMKM dalam memenuhi persyaratan administratif dan teknis sertifikasi (Khoeron dkk., 2026).

Kesiapan UMKM dalam memenuhi kewajiban tersebut masih sangat memprihatinkan. Di sisi lain, masih banyak pelaku UMKM yang menganggap proses sertifikasi halal sebagai sesuatu yang rumit, mahal, dan memerlukan prosedur administratif yang panjang. Persepsi tersebut menyebabkan rendahnya partisipasi UMKM dalam pengurusan sertifikat halal, terutama bagi pelaku usaha mikro di daerah. Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia menyatakan bahwa pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan sertifikasi halal masih di bawah 30%, dengan kendala utama berupa syarat legalitas seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) yang belum dimiliki para pelaku usaha (Nugroho, 2025). Kondisi ini menegaskan bahwa diperlukan intervensi yang lebih sistematis, tidak sekadar regulasi, namun juga pendampingan teknis yang langsung menyentuh pelaku usaha di akar rumput.

Sejalan dengan itu data BPS 2025 menunjukkan bahwa mayoritas usaha di Parung Panjang masih berskala mikro, dengan konsentrasi di sektor perdagangan, makanan-minuman, dan jasa kecil. Kecamatan ini sendiri terdiri dari 11 desa dengan luas wilayah 7.118 hektar, berbatasan langsung dengan Kabupaten Tangerang, sehingga memiliki potensi konektivitas pasar antarwilayah. BPS juga mencatat adanya aktivitas perdagangan lokal yang cukup tinggi, namun sebagian besar belum terintegrasi dengan sistem formal (NIB, OSS), dimana mayoritas tantangan utama para pelaku usaha ialah rendahnya literasi halal, keterbatasan akses pembiayaan syariah, dan minimnya pendampingan manajerial (Bogor, t.t.).

Sertifikasi halal terbukti menjadi faktor strategis yang mampu meningkatkan minat beli sekaligus mendorong peningkatan penjualan produk karena berfungsi sebagai jaminan kehalalan, kualitas, keamanan, dan kredibilitas produk di mata konsumen. Dalam perspektif perilaku konsumen, keberadaan sertifikat halal mengurangi ketidakpastian informasi dan meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga mendorong niat membeli serta keputusan pembelian. Sejumlah penelitian menemukan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention konsumen pada berbagai jenis produk, baik makanan, minuman, maupun produk UMKM. Septiani dan Ridlwan menemukan bahwa sertifikasi halal secara signifikan meningkatkan minat beli produk halal di Indonesia (Mutmainah, 2018), sementara Mutmainah menunjukkan bahwa sertifikasi halal merupakan salah satu determinan utama purchase intention konsumen Muslim (Septiani & Ridlwan, 2020). Temuan serupa diperoleh Tarigan dan Aldama yang membuktikan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk pangan halal (Tarigan & Z, 2023). Pada konteks UMKM, Alfiansyah menunjukkan bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan purchase intention konsumen terhadap produk UMKM secara signifikan (Alfiansyah, 2024), sedangkan Alim dan Aziz menemukan bahwa sertifikasi halal pada produk pangan UMKM berkontribusi dalam meningkatkan niat pembelian konsumen (Alim & Aziz, 2024). Selain itu, penelitian Salindal menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan pasar, tetapi juga berdampak positif terhadap kinerja pasar dan performa perusahaan (Salindal, 2019). Dengan demikian, sertifikasi halal dapat dipahami tidak hanya sebagai instrumen kepatuhan syariah, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperbesar minat beli, memperluas akses pasar, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk.

Pendampingan UMKM merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi pelaku UMKM melalui pelatihan, konsultasi, monitoring, dan

evaluasi secara berkelanjutan tidak hanya terbatas pada aspek teknis dan manajerial, tetapi juga mencakup aspek motivasional dan pemberdayaan sosial. Dalam konteks pemberdayaan ekonomi, perguruan tinggi memiliki peran strategis sebagai katalisator yang menjembatani kebijakan makro dengan implementasi local (Luthfiana & Hadi, 2019; Ninglasari dkk., 2023; Saifurrahman & Kassim, 2023). Universitas juga berperan sebagai mitra strategis dalam memajukan inklusi keuangan Islam melalui sinergi dengan lembaga keuangan Islam (Jannah and Budiarti 2022). Peran ini relevan untuk memastikan UMKM tidak hanya bertahan, tetapi mampu naik kelas melalui dukungan akademik dan sinergi dengan lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas, kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul **"Penguatan Kapasitas UMKM melalui Mentoring Bisnis dan Pendampingan Sertifikasi Halal di Kecamatan Parung Panjang Kabupaten Bogor"** menjadi sangat relevan dan mendesak. Kecamatan Parung Panjang sebagai kawasan dengan potensi UMKM yang cukup signifikan membutuhkan intervensi dua dimensi sekaligus: penguatan kapasitas manajerial dan bisnis melalui mentoring terstruktur, serta pendampingan teknis dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal sebelum batas waktu yang ditetapkan pemerintah. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya membantu UMKM lokal bertahan (*survive*), tetapi mendorong mereka untuk naik kelas dan berkontribusi lebih besar dalam ekosistem ekonomi halal nasional.

## METODE

Tahap awal kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan pemetaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kecamatan Parung Panjang. Pemetaan dilakukan terhadap pelaku usaha yang beroperasi di berbagai sektor dan lokasi, termasuk sentra bisnis, instansi, maupun lingkungan sekolah. Pemetaan UMKM di Kecamatan Parung Panjang dilakukan dengan merujuk pada data BPS Kabupaten Bogor (2025), yang menunjukkan dominasi usaha mikro di sektor perdagangan dan makanan-minuman. Informasi ini menjadi dasar dalam menentukan sasaran program, karena memperlihatkan bahwa mayoritas pelaku usaha masih berada pada tahap survival business dan membutuhkan pendampingan manajerial serta sertifikasi halal. Kegiatan ini juga dilaksanakan melalui koordinasi dengan pemerintah kecamatan, komunitas UMKM setempat, serta berbagai pemangku kepentingan terkait guna memperoleh data pelaku usaha yang potensial untuk mengikuti program.

Berdasarkan hasil pemetaan tersebut, dilakukan identifikasi dan pendataan UMKM yang memenuhi kriteria sasaran program. Selanjutnya dibentuk tim pelaksana yang bertugas melakukan survei lapangan, sosialisasi program, serta penjangkaran kebutuhan dan aspirasi pelaku usaha. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi usaha, tantangan yang dihadapi, serta kebutuhan pendampingan yang relevan dengan karakteristik UMKM di Kecamatan Parung Panjang.

Tahap berikutnya adalah koordinasi internal tim untuk menyusun desain program pelatihan dan mentoring, sekaligus menentukan narasumber yang memiliki kompetensi dan pengalaman sesuai dengan kebutuhan peserta. Berdasarkan hasil koordinasi tersebut, dipilih narasumber dari Universitas Indonesia Halal Center (UIHC) yang memiliki kompetensi dalam bidang sertifikasi halal, serta Ketua Komunitas Tangan Di Atas (TDA) yang berpengalaman dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM. Kehadiran kedua narasumber tersebut diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif terkait strategi pengembangan usaha dan proses sertifikasi halal.

Untuk memperkuat ekosistem pendampingan UMKM, kegiatan ini juga melibatkan lembaga keuangan syariah, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) dan BPRS HIK, sebagai mitra strategis dalam memberikan edukasi dan konsultasi terkait akses pembiayaan usaha. Keterlibatan lembaga keuangan syariah tersebut diharapkan dapat membantu pelaku UMKM

memperoleh informasi mengenai alternatif sumber permodalan yang sesuai dengan prinsip syariah guna mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dan mentoring bisnis bagi pelaku UMKM dilaksanakan di Kampus Nida El-Adabi Parung Panjang pada hari Sabtu pukul 08.00–12.00 WIB. Kegiatan ini dihadiri oleh berbagai pemangku kepentingan, antara lain perwakilan Universitas Indonesia Halal Center (UIHC), Komunitas Tangan Di Atas (TDA) Tangerang Raya, Camat Parung Panjang beserta jajaran, Rektor Universitas Nida El-Adabi, dosen, mahasiswa, pelaku UMKM, serta mitra strategis yang terdiri atas Bank Syariah Indonesia (BSI), BPRS HIK, dan KNPI Parung Panjang.



Gambar 3. Poster Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Ada sesi pembukaan, Camat Parung Panjang menyampaikan apresiasi atas terselenggaranya kegiatan ini dan berharap program pelatihan serta mentoring dapat memberikan wawasan baru bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Senada dengan hal tersebut, Rektor Universitas Nida El-Adabi menyambut baik kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dan menegaskan komitmen perguruan tinggi untuk menjadi wadah pemberdayaan UMKM melalui berbagai program pendampingan, pelatihan, dan kolaborasi dengan berbagai pihak.

Kegiatan diawali dengan sesi mentoring bisnis yang disampaikan oleh Bapak Junaidi Ahmad selaku mentor dari Komunitas Tangan Di Atas (TDA) Tangerang Raya. Materi yang disampaikan berfokus pada pengembangan pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*), strategi membangun usaha yang berkelanjutan, serta pentingnya memahami kebutuhan pasar dalam menentukan produk dan model bisnis yang dijalankan. Dalam pemaparannya, narasumber menekankan bahwa keberhasilan usaha tidak semata-mata ditentukan oleh minat atau *passion* pelaku usaha, tetapi juga oleh kemampuan membaca kebutuhan dan perubahan pasar. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu melakukan evaluasi usaha secara berkala untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan tetap relevan dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.



Gambar 4. Penyampaian Materi oleh Bapak Junaidi Ahmad

Selanjutnya, sesi kedua diisi oleh Ibu Soraya, S.T., M.Hum., selaku Wakil Kepala Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H) UIHC. Materi yang disampaikan berfokus pada pentingnya sertifikasi halal bagi UMKM, prosedur pengajuan sertifikasi halal, serta implementasi kebijakan Jaminan Produk Halal bagi pelaku usaha. Berdasarkan hasil diskusi dan tanya jawab, ditemukan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki persepsi bahwa proses pengurusan sertifikasi halal sulit dan membutuhkan biaya yang besar. Padahal, untuk produk makanan dan minuman olahan sederhana yang tidak menggunakan bahan berisiko tinggi maupun proses pengolahan yang kompleks, sertifikasi halal dapat diajukan melalui skema *self declare* dengan prosedur yang relatif mudah dan biaya yang terjangkau.



**Gambar 5.** Penyampaian Materi oleh Ibu Soraya S.T., M.Hum.

Hasil diskusi juga menunjukkan bahwa mayoritas peserta belum mengetahui secara menyeluruh mengenai kewajiban sertifikasi halal yang diberlakukan pemerintah bagi produk tertentu. Kondisi ini menunjukkan masih rendahnya literasi halal di kalangan pelaku UMKM, meskipun regulasi mengenai Jaminan Produk Halal telah diberlakukan secara bertahap. Rendahnya pemahaman tersebut berpotensi menghambat kesiapan UMKM dalam memenuhi ketentuan hukum sekaligus memanfaatkan peluang pasar halal yang terus berkembang.

Sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan usaha, kegiatan ini juga melibatkan lembaga keuangan syariah, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) dan BPRS HIK. Kedua lembaga tersebut memberikan informasi dan layanan konsultasi mengenai akses pembiayaan usaha berbasis syariah yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas usaha, maupun memenuhi kebutuhan modal kerja. Kehadiran lembaga keuangan syariah ini mendapat respons positif dari peserta karena memberikan alternatif sumber pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai kemudahan dalam proses sertifikasi halal, termasuk pengajuan secara daring (*online*) dan pendampingan oleh Pendamping Proses Produk Halal (P3H), masih ditemukan sebagian pelaku usaha yang kurang antusias untuk mengurus sertifikat halal. Beberapa faktor yang teridentifikasi antara lain rendahnya pemahaman mengenai manfaat sertifikasi halal, persepsi bahwa proses administrasi rumit, serta anggapan bahwa sertifikat halal belum menjadi kebutuhan utama bagi usaha mereka. Padahal, proses pendampingan yang tersedia saat ini telah membantu pelaku usaha mulai dari pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), verifikasi data usaha, hingga penerbitan sertifikat halal.

Selain memberikan legalitas halal pada produk, proses sertifikasi juga mendorong pelaku usaha untuk memiliki administrasi usaha yang lebih baik. Salah satu manfaat yang dirasakan adalah meningkatnya formalitas usaha melalui kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang terintegrasi dengan sistem Online Single Submission (OSS). Dengan demikian, pelaku UMKM menjadi lebih mudah terdata dalam sistem pemerintah dan berpeluang

memperoleh berbagai program pemberdayaan maupun pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah dan lembaga keuangan.

Kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada peserta mengenai jenis produk yang dapat mengajukan sertifikasi halal melalui skema *self declare*. Produk yang memenuhi kriteria antara lain usaha mikro dengan proses produksi sederhana, pengemasan ulang produk halal, serta produk makanan dan minuman yang tidak menggunakan bahan berisiko tinggi atau proses pengolahan yang kompleks. Informasi ini menjadi penting karena masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami bahwa sebagian besar produk mereka sebenarnya telah memenuhi syarat untuk mengajukan sertifikasi halal melalui mekanisme yang lebih sederhana.

Keberhasilan suatu bisnis tidak hanya ditentukan oleh minat atau *passion* pelaku usaha, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu melakukan evaluasi secara berkala untuk menilai kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan kebutuhan pasar (*market fit*). Selain itu, kemampuan beradaptasi, ketahanan dalam menghadapi tantangan, serta kemauan untuk melakukan perbaikan berkelanjutan merupakan faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Dengan demikian, bisnis tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga pada pembangunan sistem usaha yang mampu menciptakan nilai dan berkelanjutan.

Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) kolaboratif ini, diharapkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha, memahami pentingnya sertifikasi halal, serta menerapkan strategi pengembangan bisnis yang adaptif dan berkelanjutan. Kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat ekosistem ekonomi syariah serta mendukung pemberdayaan UMKM di tingkat masyarakat.



**Gambar 6.** Foto Bersama Para Pelaku Usaha Kecamatan Parung Panjang

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM di Kecamatan Parung Panjang. Selain meningkatkan pemahaman mengenai strategi pengembangan usaha dan pentingnya sertifikasi halal, kegiatan ini juga membuka akses peserta terhadap jejaring bisnis, lembaga pendamping halal, serta lembaga keuangan syariah. Melalui kegiatan kolaboratif ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan kapasitas usaha, memperkuat daya saing produk, serta memanfaatkan peluang ekonomi halal secara lebih optimal sehingga mampu berkembang dari sekadar bertahan (*survival business*) menjadi usaha yang tumbuh dan berkelanjutan (*growth business*).

## SIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan mentoring bisnis yang dikolaborasikan dengan sosialisasi sertifikasi halal di Kecamatan Parung Panjang menghasilkan tiga capaian utama. *Pertama*, terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap kewajiban, prosedur, dan manfaat strategis

sertifikasi halal, yang tercermin dari antusiasme peserta dalam sesi tanya jawab serta kesediaan sebagian besar peserta untuk mengisi formulir komitmen tindak lanjut pengurusan NIB dan pengajuan sertifikasi halal melalui skema self declare. *Kedua*, teridentifikasi sejumlah pelaku usaha yang masih berada pada tahap survival business dengan keterbatasan pada aspek manajemen, pemasaran, dan perencanaan bisnis, sehingga kelompok ini menjadi sasaran prioritas untuk pendampingan lanjutan. *Ketiga*, kegiatan ini berhasil membangun kolaborasi awal antara pemerintah kecamatan, perguruan tinggi, lembaga pendamping halal, komunitas bisnis, dan lembaga keuangan syariah sebagai fondasi ekosistem pemberdayaan UMKM yang lebih kuat.

Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki keterbatasan. Durasi pelatihan yang singkat belum memungkinkan pendampingan intensif hingga tahap penerbitan sertifikat halal, sehingga dampak program terhadap peningkatan legalitas usaha secara aktual belum dapat diukur dalam jangka pendek. Evaluasi keberhasilan pada kegiatan ini juga masih bersifat persepsional, yaitu sebatas pemahaman dan komitmen peserta, dan belum mencakup indikator capaian konkret pascakegiatan seperti jumlah sertifikat halal yang benar-benar terbit.

Berdasarkan hal tersebut, tindak lanjut yang direkomendasikan meliputi: (1) pendampingan intensif dan berkelanjutan bagi UMKM tahap survival business untuk penguatan manajemen usaha dan strategi pemasaran; (2) monitoring dan evaluasi pascakegiatan untuk mengukur jumlah UMKM yang benar-benar menyelesaikan pengurusan NIB dan penerbitan sertifikat halal, sebagai indikator keberhasilan program yang lebih terukur; serta (3) perluasan kemitraan dengan lembaga keuangan syariah guna mendukung akses pembiayaan bagi UMKM yang telah memiliki legalitas usaha. Ketiga langkah tersebut diharapkan menjadi jembatan konkret bagi transformasi UMKM di Kecamatan Parung Panjang, dari sekadar bertahan (survival) menuju usaha yang tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Alfiansyah, R. (2024). Halal Certification, Halal Awareness, and Product Quality: A Three-Way Interaction and its Influence on Purchase Intention for MSME Products. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 1315–1324. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i1.558>
- Alim, A., & Aziz, F. (2024). The Influence of Halal Certification (Self-Declaration) on the Purchase Intention of MSME Food Products in Bandung. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(3), 1127–1136. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v5i3.2813>
- Bogor, B. P. S. K. (t.t.). *Kecamatan Parung Panjang Dalam Angka 2025*. Diambil 19 Juni 2026, dari <https://bogorkab.bps.go.id/id/publication/2025/09/26/ab2805a2dc849c29a4570d73/kecamatan-parung-panjang-dalam-angka-2025.html>
- Canryfay Elisabet Lumban, G. (2025). Legal Review of Small and Medium Enterprises Who Choose Not to Scale Up Their Business. *Journal of Legal and Cultural Analytics*. <https://doi.org/10.55927/jlca.v4i1.13652>
- Delfira, A. F., Yuliarman, P., Baihaqi, M., Harahap, L. M., ProgramStudi, S., & Manajemen. (2025). Analisis Permasalahan Perkembangan UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3184>
- Empowering Indonesia's small businesses: Insights and strategies for overcoming digital and financial barriers.* (2024). <https://newsroom.mastercard.com/news/ap/en/newsroom/press->

- releases/en/2024/empowering-indonesia-s-small-businesses-insights-and-strategies-for-overcoming-digital-and-financial-barriers/
- Jannah, A. M., & Budiarti\*, I. (2022). Financial Inclusion of Islamic Banking and Financial Technology as a Growth Factor for MSMEs. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 12(1), 25–33. <https://doi.org/10.34010/jika.v12i1.7995>
- Khoeron, M., Istimewa, & Nasar, M. F. (2026, April 10). *Wajib Halal Oktober 2026: Peran Strategis Kemenag dan BPJPH*. Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://kemenag.go.id/opini/wajib-halal-oktober-2026-peran-strategis-kemenag-dan-bpjph-WGIXB>
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI PADA PEMBELI DI MARKETPLACE SHOPEE). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.23683>
- Maksum, I. R., Rahayu, A. Y. S., & Kusumawardhani, D. (2020). A Social Enterprise Approach to Empowering Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030050>
- Misdawita, M., Sari, L., & Utami, B. (2023). Penguatan Industri Halal Melalui Women's Entrepreneurship Pada Umkm Di Wilayah Pesisir Kota Bengkalis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10257>
- Mutmainah, L. (2018). The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.284>
- Ninglasari, S. Y., Sulaeman, S., Supriani, I., & Himmawan, M. F. (2023). Nexus between financial inclusion and Islamic financing distribution: Evidence from Indonesian MSMEs. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 167–184. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol9.iss2.art2>
- Nugroho, A. (2025, Juni 25). Dinamika Sertifikasi Halal untuk UMKM. *Halal*. <https://halal.uui.ac.id/dinamika-sertifikasi-halal-untuk-umkm/>
- Publikasi Data Mikro | UMKM. (2025). <https://satudata.umkm.go.id/custom-dashboard/publikasi>
- Rainanto, B. H. (2019). Analisis Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Pelaku Usaha Mikro Agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil (Scalling Up) Pada Umkm Di 14 Kecamatan Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i1.213>
- Ratnaningtyas, H., Wicaksono, H., & Irfal, I. (2025). Barriers and Opportunities for MSME Development in Indonesia: Internal and External Perspectives. *International Journal of Multidisciplinary Approach Research and Science*. <https://doi.org/10.59653/ijmars.v3i01.1337>
- Saifurrahman, A., & Kassim, S. (2023). Enhancing the MSME Islamic Financial Inclusion in Indonesia: An Institutional Theory Perspective. *Journal of Accounting and Finance*. <https://doi.org/10.33423/jaf.v23i2.6042>
- Salindal, N. A. (2019). Halal certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 589–605. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0080>
- Septiani, D., & Ridlwan, A. A. (2020). The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 55–60. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v2i2.6657>

- 
- Sinha, K. J., Sinha, S., & Sinha, B. J. (2024). Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises (MSMEs): The Significant Role and Challenges in Indonesia's Economy. *International Journal For Multidisciplinary Research*.  
<https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i03.20824>
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9, 1–15.  
<https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Tambunan, T. (2022). Recent Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia. *International Journal of Social Sciences and Management Review*.  
<https://doi.org/10.37602/ijssmr.2022.6112>
- Tarigan, Y., & Z, V. A. (2023). Analysis of the Influence of Product Knowledge, Attitude, and Halal Certification on Purchase Intention in Halal Food Products. *Journal of Applied Business Administration*, 7(1), 100–108.  
<https://doi.org/10.30871/jaba.v7i1.5381>
- Wibiksana, R. A. Y., & Sumiyati, Y. (2024). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Terkait Produk Minuman Wine Mengandung Alkohol yang Memiliki Label Halal Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Bandung Conference Series: Law Studies*. <https://doi.org/10.29313/bcsls.v4i2.12653>