



## Pelatihan Digital Marketing Dan Sertifikasi Halal Terhadap Masyarakat Gunung Manik

### *Digital Marketing Training And Halal Certification For Gunung Manik Community*

Arif Widodo Nugroho<sup>1</sup>, Elmy Nur Azizah<sup>2</sup>, Dewi Pudji Rahayu<sup>3</sup>, Della Pariska<sup>4</sup>,  
Lailatul Salamah<sup>5</sup>, Fikri Hidayat<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Korespondensi Penulis: [arifwido.nugroho@uhamka.ac.id](mailto:arifwido.nugroho@uhamka.ac.id)

#### Article History:

Received : Desember 23, 2023

Accepted : Januari 24, 2024

Published: Januari 31, 2024

**Keywords:** *Digital Training, Marketing, Halal Certification*

**Abstract:** *This service activity is carried out for the community in Gunung Manik which is aimed at achieving an increase in income and public understanding in digital marketing. The participants who participated in this activity amounted to 30 people, of which they were business actors. However, there are also some residents who do not have a business, but have the desire to be entrepreneurial. This service activity is carried out using the lecture and discussion method. The series of activities consists of several stages, namely planning, preparation and implementation. Digital marketing techniques are provided by utilizing technology available today. That way, maximizing marketing of business products owned by the community will be easier to do. Meanwhile, the introduction of halal certification is carried out by bringing in experts directly.*

#### Abstrak

Kegiatan pengabdian ini dilakukan terhadap masyarakat di Gunung Manik yang ditujukan untuk mencapai peningkatan pendapatan dan pemahaman masyarakat dalam pemasaran secara digital. Adapun peserta yang ikut serta dalam kegiatan ini berjumlah sebanyak 30 masyarakat, yang mana mereka merupakan para pelaku usaha. Meskipun demikian, juga terdapat beberapa warga yang tidak memiliki usaha, namun mempunyai keinginan untuk berwirausaha. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Rangkaian pelaksanaan kegiatan terdiri dari beberapa tahap, yakni perencanaan, persiapan dan pelaksanaan. Teknik pemasaran digital diberikan dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia pada masa sekarang. Dengan begitu, memaksimalan pemasaran atas produk usaha yang dimiliki masyarakat akan semakin mudah untuk dilakukan. Sedangkan untuk pengenalan sertifikasi halal dilakukan dengan mendatangkan secara langsung ahlinya.

**Kata Kunci:** Pelatihan Digital, Marketing, Sertifikasi Halal

## PENDAHULUAN

Berisi deskripsi tentang analisis situasi atau kondisi obyektif subyek pengabdian (komunitas dampingan), isu dan fokus pengabdian, alasan memilih subyek pengabdian, dan perubahan sosial yang diharapkan atau tujuan pengabdian masyarakat yang didukung dengan data-data kualitatif maupun kuantitatif, serta didukung dengan *literature review* yang relevan. Referensi menggunakan *Turabian Style*.

Pada era modern yang didominasi oleh teknologi digital, peran pemasaran telah mengalami transformasi yang mendalam. Evolusi teknologi turut membawa perubahan dalam proses kegiatan ekonomi (Ulfa, Hayati, and Akbari 2023). Perkembangan teknologi ini

\*Arif Widodo Nugroho, [arifwido.nugroho@uhamka.ac.id](mailto:arifwido.nugroho@uhamka.ac.id)

sejatinya akan berdampak positif bagi UMKM jika dimanfaatkan dengan baik (Rahayu and Akbari 2018). Pemanfaatan teknologi di dalam kegiatan bisnis memiliki arti penting, sebab dapat menghubungkan antara pemilik bisnis ke dalam pasar yang lebih luas (Aisah and Permana 2023). *Digital marketing*, atau pemasaran digital, telah muncul sebagai kekuatan pendorong utama di balik cara bisnis lama, yang mana semakin memudahkan pelaku usaha untuk berinteraksi dengan konsumen dan menyampaikan pesan mereka ke seluruh dunia. Dengan semakin meluasnya akses internet dan adopsi teknologi digital, strategi pemasaran telah berpindah dari ruang fisik ke ranah virtual.

Digital marketing melibatkan penggunaan beragam *platform* dan kanal digital, seperti media sosial, situs web, mesin pencari, email, konten online, dan lain-lain, untuk membangun *brand awareness*, berinteraksi dengan audiens, dan mendorong konversi teknologi. Kreativitas digital akan memudahkan pelaku bisnis untuk menjangkau pasar (Akbari et al. 2023). Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, digital marketing menawarkan keunggulan yang tak tertandingi dalam hal pengukuran, personalisasi, dan jangkauan global. Efisiensi yang terdapat dengan adanya media sosial dan teknologi digital semakin memudahkan para pelaku usaha untuk terhubung dengan konsumen (Akbari et al. 2022). Pendekatan yang lebih terukur dan analitis dalam digital marketing memungkinkan bisnis untuk melacak setiap tindakan dan respons dari konsumen. Ini memungkinkan pengoptimalan kampanye secara *real-time*, sehingga menghasilkan hasil yang lebih efektif dan efisien. Personalisasi juga menjadi lebih mudah, karena data dan perilaku online konsumen dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang relevan dan menarik bagi setiap individu.

Namun, dengan semua potensi dan manfaatnya, *digital marketing* juga membawa sejumlah tantangan. Persaingan sengit dalam lingkungan online, perubahan algoritma platform, kekhawatiran tentang privasi data, dan tuntutan untuk tetap relevan dalam menghadapi perubahan trend adalah beberapa contoh permasalahan yang harus dihadapi oleh para profesional pemasaran digital. Digital Marketing memiliki andil bagi masyarakat desa. Masyarakat yang menjadi subjek utama pada kegiatan ini yaitu masyarakat desa Gunungmanik yang mana kuantitas masyarakat yang membutuhkan pelatihan berjumlah 30 orang.

Pada proses pengamatan dan penelusuran, kami berhasil mengumpulkan masyarakat yang masih kurang paham dalam melakukan pemasaran secara digital sehingga produk kurang dikenal masyarakat diluar daerah karena produk hanya dipasarkan dengan metode word of mouth (mulut ke mulut). Sehingga, untuk mengoptimalkan pemasaran diperlukan pelatihan digital marketing untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pemasaran secara digital. Pentingnya bagi bisnis dan pemasar untuk memahami dengan baik konsep, strategi, dan

praktik-praktik terbaik dalam digital marketing. Pendekatan yang matang dan terinformasi akan membantu mereka mengoptimalkan potensi penuh dari alat-alat digital yang tersedia, menjalin hubungan yang lebih kuat dengan konsumen, dan tetap adaptif dalam menghadapi perubahan dinamis di dunia digital yang terus berkembang.

Sebab di Indonesia, kemampuan yang dimiliki oleh para pelaku bisnis UMKM masih sangat minim (Albab and Suwardi 2021). UMKM harus mampu untuk melakukan peningkatan pemasaran dan kemampuan dalam pemasaran secara digital (Setiawan et al. 2021). Di dalam teknologi digital terdapat iklim yang kompleks antara pengguna, penyedia layanan dan juga infrastruktur teknologi (Sutarman et al. 2023).

Meskipun demikian, di dalam proses bisnis yang tidak kalah penting lainnya adalah sertifikasi halal. Sertifikasi halal menjadi sebuah kebutuhan terutama dalam industry mikro sebagai pemenuhan kepercayaan konsumen muslim (Alfarizi 2023). Hal ini karena mayoritas warga Indonesia merupakan penduduk beragama islam. Dimana secara populasi, Indonesia memiliki 87,18 persen penduduk yang beragama islam (Muhamad 2020). Tentunya dibutuhkan produk- produk yang tidak diragukan kehalalannya. Oleh sebab itu, Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan kemampuan penggunaan media digital sebagai sarana promosi bagi masyarakat desa Gunungmanik dan juga pengetahuan dalam sertifikasi halal untuk membawa bisnis mereka menjadi lebih menguntungkan dan dikenal yang di dapatkan dari pelatihan ini. Perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang sangat pesat berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis kecil maupun besar agar dikenal secara global. Pemanfaatan media digital merupakan salah satu pilihan yang cukup tepat yang bisa di jadikan pilihan media promosi dan publikasi.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tatap muka, karena pada prosesnya kegiatan ini dilakukan secara langsung kepada masyarakat dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Adapun kegiatan ini berlangsung di Aula Balai Desa pada 20 Agustus 2023 dengan peserta kegiatan sebanyak 30 orang, yang mana mereka ini merupakan warga Desa Gunungmanik, Kecamatan Ciniru, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Para peserta yang hadir merupakan para pelaku UMKM, meskipun beberapa orang juga terdapat yang tidak memiliki usaha, namun memiliki keinginan untuk menjadi seorang wirausaha.

Adapun rincian pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

Tahap dalam perencanaan pelatihan yaitu analisis kebutuhan pelatihan. Analisis kebutuhan pelatihan dilakukan melalui proses tanya jawab bersama perangkat desa dan pelaku UMKM yang ada di Desa Gunung Manik. Kegiatan ini dilaksanakan di ruang kantor desa, desa Gunung Manik.

## 2. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan rangkaian yang dilakukan menjelang pelatihan diselenggarakan. Dalam pelaksanaan pelatihan Digital Marketing, persiapan yang dilakukan yaitu:

- a. Sosialisasi dan mengajak kegiatan pelatihan kepada masyarakat.
- b. Mempersiapkan kebutuhan untuk kegiatan. Kebutuhan yang dipersiapkan diantaranya yaitu pembuatan spanduk, penyusunan materi, dll.

## 3. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini tim memberikan pelatihan secara langsung kepada masyarakat Desa Gunung Manik tentang pemanfaatan teknologi di dalam pemasaran produk atau usaha yang mereka miliki. Selain itu, tim juga melakukan simulasi atau praktek kepada masyarakat mengenai pemasaran digital. Hal ini dilakukan agar masyarakat memiliki pemahaman dan kemampuan baik dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial dalam kebutuhan usaha dan menunjang pendapatan.

## HASIL

Kegiatan pengabdian ini dilakukan kepada masyarakat dengan konsep pelatihan. Adapun dalam pelaksanaannya kegiatan ini terbagi ke dalam beberapa tahapan, tahapan – tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

### 1) Tahap Persiapan

Pada tahap ini tim melakukan observasi dengan meninjau secara langsung kepada masyarakat. Hal ini dilakukan dengan maksud mengetahui permasalahan apa yang dimiliki oleh masyarakat dan upaya apa yang tim dapat lakukan sesuai dengan bidang ilmu yang dimiliki.



**Gambar 1.** Pelaksanaan Pelatihan

## 2) Tahap Pelaksanaan

Pada proses ini kami melakukan pelaksanaan pelatihan digital marketing kepada masyarakat yang memiliki usaha baik kecil, menengah atau bahkan yang sedang berkembang. Selain itu, pada pelaksanaan kegiatan juga terdapat masyarakat yang tidak memiliki usaha, namun mereka memiliki kemauan untuk mengenal dunia usaha. Pada bagian ini tim memberikan pemahaman materi tentang platform digital yang dapat digunakan dalam pemasaran, seperti tiktok shop, shopee, tokopedia dan produk digital lainnya. Pada proses pelaksanaan ini juga simulasi secara langsung mengenai media – media pemasaran tersebut.



**Gambar 2.** Pelaksanaan Kegiatan

Pada proses pelaksanaan juga diberikan pengetahuan mengenai sertifikasi halal kepada para pelaku usaha. Hal ini dilakukan agar usaha yang dimiliki oleh masyarakat dapat semakin berkembang dan mengalami peningkatan dibanding sebelumnya. Pada penyuluhan sertifikasi halal ini kami mendatangkan pembicara dari Halal Center STF Muhammadiyah Cirebon yaitu bapak apt.DIDIN AHIDIN, S.Si, M.Farm. selaku ketua dari Halal Center STFMC.

## 3) Tahap Evaluasi

Pada tahapan ini tim melakukan pengamatan guna melihat kekurangan dan kelebihan yang terdapat selama proses pengabdian masyarakat berlangsung.



**Gambar 3.** Pengenalan sertifikasi halal

## PEMBAHASAN

### Faktor pendukung

Program kegiatan ini memperoleh dukungan positif dari berbagai pihak sehingga program yang direncanakan dapat berjalan dengan baik. Dukungan tersebut diantaranya adalah tingginya antusiasme peserta dan baiknya peran mitra dalam mendukung kelancaran kegiatan. Peran mitra pada kegiatan ini dapat dilihat dengan dukungan tempat dan berbagai kebutuhan pendukung lainnya seperti *sound system*, *microphone* dll.

### Faktor penghambat

Kami mencoba merangkum beberapa kekurangan yang kemudian dapat menjadi penghambat dalam proses pengabdian ini. Adapun beberapa kekurangan tersebut diantaranya adalah persebaran teknologi informasi yang belum merata dan juga akses teknologi elektronik yang belum. Hal ini membuat kami harus melakukan persiapan dengan baik, agar berjalannya kegiatan dapat dengan maksimal tanpa kendala berarti.

## KESIMPULAN

Pemasaran digital dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia pada masa sekarang. Dengan begitu, pemaksimalan pemasaran atas produk usaha yang dimiliki masyarakat akan semakin mudah untuk dilakukan. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi dan media sosial seperti saat ini juga memungkinkan masyarakat untuk memperoleh sumber pendapatan baru yang dapat membantu pemasukan mereka. Sertifikasi halal juga menjadi penting untuk disosialisasikan kepada masyarakat, sebab mayoritas warga Indonesia merupakan masyarakat yang beragama islam. Tingginya angka umat muslim membuat besarnya konsumen dari kalangan muslim.

## DAFTAR REFERENSI

- Aisah, Nur, and Budi Permana. 2023. "Pengaruh Viral Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Camille Beauty." *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)* 8, no. 3.
- Akbari, Deni Adha, Bella Jastacia, Edi Setiawan, and Dwi Widya Ningsih. 2022. "The Marketing Power of TikTok: A Content Analysis in Higher Education." *Binus Business Review* 13, no. 2: 159–70. <https://doi.org/10.21512/bbr.v13i2.8014>.
- Akbari, Deni Adha, Ujang Sumarwan, N U R Hasanah, and Rizki Edmi Edison. 2023. "Exploring Just Noticeable Difference Between Ai Endorsers and Endorsers In." *The Seybold Report* 18, no. 8: 1–12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8241117>.

- Albab, Farah Nisa Ul, and Eko Suwardi. 2021. "The Effect of Tax Knowledge on Voluntary Tax Compliance with Trust as a Mediating Variable: A Study on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)." *The Indonesian Journal of Accounting Research* 24, no. 03: 381–406. <https://doi.org/10.33312/ijar.528>.
- Alfarizi, Muhammad. 2023. "Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan : Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm the Role of Halal Certification and Compliance of Halal Practices To Sustainable Business Performance : Investigation Of." *Harmoni : Jurnal Multikultural & Multireligius* 22, no. 1:93.116.<https://jurnalharmoni.kemenag.go.id/index.php/harmoni/article/view/654%0Ahttps://jurnalharmoni.kemenag.go.id/index.php/harmoni/article/download/654/345>.
- Muhamad, Muhamad. 2020. "Tantangan Dan Peluang Penerapan Kebijakan Mandatory Sertifikasi Halal (Studi Implementasi Uu No. 33 Th. 2014 Dan Pp No. 31 Th. 2019)." *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 2: 1–26. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i2.29.1-26>.
- Rahayu, Dewi Pudji, and Deni Adha Akbari. 2018. "Coaching Marketing Online Dan Pencatatan Keuangan Terpadu Usaha Mikro Dan Kecil Menengah (UMKM) Pada Yayasan Tugas Ibu Tangerang Selatan." *Syukur : Jurnal Inovasi Sosial Dan Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1: 70–80. <https://doi.org/10.22236/syukur>.
- Setiawan, Edi, Oki Irawan, Emaridial Ulza, and Faiza; Ridwan Zamzany. 2021. "The Utilization of Digital Marketing for Micro, Small, and Medium Enterprises." *Journal of Contemporary Issues in Business and Government* 27, no. 2: 3698–3710. <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.02.382>.
- Sutarman, Asep, Untung Rahardja, Fitra Putri Oganda, Shofiyul Millah, and Nadia Nur Azizah. 2023. "The Role of Information Technology in Empowering the Creative Economy for Sustainable Tourism." *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)* 5, no. 2sp: 175–85. <https://doi.org/10.34306/att.v5i2sp.352>.
- Ulfa, Marwa, Farida Hayati, and Deni Adha Akbari. 2023. "The The Use of Instagram for Promoting Private Higher Education In Jakarta Indonesia." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 16, no. 1: 116–29. <https://doi.org/10.29313/mediator.v16i1.2166>.