

Peningkatan Pemahaman Pelaku Usaha Gorengan melalui Sosialisasi Produk Halal di Desa Kubang Jaya, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, Banten

Siti Nayla Cerry Afriyanti*, Eliza Feba Tri Hadiyati, Farah Yuliani Putri, Dini Aulia Sandrina, Aura Nurcintani Gunawan, Riski Andrian Jasmi

Fakultas Sains, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

*Coresponding Author: farahyulianiputri@gmail.com

Dikirim: 02-11-2025; Direvisi: 21-11-2025; Diterima: 23-11-2025

Abstrak: Produk halal merupakan aspek penting dalam menjaga kepercayaan konsumen terhadap makanan yang dikonsumsi. Namun, masih rendahnya pengetahuan masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil di Desa Kubang Jaya, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, mengenai konsep dan standar produk halal menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha gorengan terhadap pentingnya penggunaan bahan yang halal dalam proses produksi. Metode yang digunakan adalah wawancara dan sosialisasi secara langsung kepada tiga pelaku usaha gorengan di wilayah tersebut. Jumlah mitra yang terbatas disebabkan oleh kondisi lapangan, di mana pelaku usaha gorengan di desa tersebut hanya berjumlah sedikit. Meskipun demikian, kegiatan tetap dilaksanakan secara optimal agar memberikan dampak yang maksimal bagi seluruh mitra yang terlibat. Sosialisasi difokuskan pada penjelasan mengenai bahan-bahan pendukung yang wajib dipastikan kehalalannya, seperti tepung, garam, dan minyak goreng, serta pentingnya memperhatikan label halal dalam setiap bahan yang digunakan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan rata-rata nilai dari 64,0 (*pretest*) menjadi 80,6 (*posttest*) atau sebesar 26,94%, yang menandakan peningkatan pengetahuan dan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya penerapan prinsip halal dalam usaha mereka. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai produk halal.

Kata Kunci: Sosialisasi produk halal; Pemahaman pelaku usaha; Kepercayaan Konsumen

Abstract: Halal products are an important aspect in maintaining consumer trust in the food they consume. However, the low level of public knowledge, particularly among small business owners in Kubang Jaya Village, Petir District, Serang Regency, regarding the concepts and standards of halal products became the basis for implementing this community service activity. This program aimed to improve the understanding of fried food vendors about the importance of using halal ingredients in the production process. The methods used were interviews and direct socialization with three fried food business owners in the area. The limited number of partners was due to field conditions, as only a few fried food vendors operate in the village. Nevertheless, the activity was carried out optimally to ensure a maximum impact on all participating partners. The socialization focused on explaining supporting ingredients that must be verified for their halal status, such as flour, salt, and cooking oil, as well as the importance of checking halal labels on every material used. The results showed an increase in the participants' average score from 64.0 (pre-test) to 80.6 (post-test), or by 26.94%, indicating an improvement in their knowledge and awareness of the importance of implementing halal principles in their businesses. Thus, this activity successfully had a positive impact on enhancing the understanding of small business owners regarding halal products.

Keywords: Socialization of halal products; Business actors' understanding; Consumer trust



PENDAHULUAN

Indonesia terkenal sebagai negara kepulauan dan negara muslim terbesar di dunia. Negara Indonesia memiliki jumlah penduduk yang beragama Islam sekitar 87,2 % dari total penduduk di Indonesia (Savitri & Putra, 2022). Banyaknya umat Islam di Indonesia, membuat gagasan tentang halal dan haramnya suatu produk menjadi hal yang penting di kalangan pelaku usaha. Halal merupakan kata yang berasal dari Bahasa Arab yang memiliki arti “diperbolehkan”. Halal digunakan untuk menjelaskan segala jenis makanan serta minuman yang tidak dilarang untuk dimakan. Kehalalan produk makanan olahan bergantung pada kehalalan bahan-bahan yang digunakan saat proses pembuatannya. Bahan makanan yang berasal dari hewan dan turunannya adalah bahan yang sangat penting dalam menentukan kehalalan. Berbagai produk turunan hewani seperti daging, tulang, kulit, darah, bulu atau rambut, serta jeroan bisa diolah menjadi berbagai jenis produk makanan (Jumiono, 2022).

Konsep halal dan haram tidak hanya menjadi teori yang dipahami oleh masyarakat saja, tetapi juga harus diterapkan di lingkungan pasar (Ramadhan *et al.*, 2024). Kehalalan sebuah produk merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap konsumen, khususnya mereka yang beragama Islam. Dalam perdagangan internasional, isu terkait sertifikasi dan label halal mendapat perhatian besar. Upaya ini dilakukan untuk memberikan jaminan perlindungan bagi konsumen muslim di berbagai negara, sekaligus menjadi langkah strategis dalam menghadapi arus globalisasi (Astuti, 2020). Menurut (Widyaningsih, 2021), Sertifikasi halal adalah pernyataan tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa suatu produk memenuhi aturan syari'at Islam. Sertifikat halal menjadi syarat wajib bagi produk makanan atau minuman yang ingin mendapatkan izin untuk menempelkan label "Halal" pada kemasan produk tersebut, yang sesuai dengan ketentuan instansi pemerintah yang berwenang. Pemberian sertifikat halal pada makanan atau minuman bertujuan untuk melindungi konsumen muslim dari produk yang tidak halal (Elwardah *et al.*, 2024). Dalam hal ini sertifikasi halal memiliki dampak yang sangat baik terhadap kinerja dan keuangan bagi pelaku usaha (Maulizah & Sugianto, 2024).

Halal juga dapat dilihat dari cara penyajian, tempat, serta kemasan yang digunakan oleh produsen. Menurut (Novirin, 2025) Konsep halal tidak sendirian, tetapi selalu disandingkan dengan konsep thayyib, yang berarti baik, sehat, bersih, dan bermanfaat. Konsumen Muslim tidak hanya harus mencari makanan yang halal, tetapi juga memastikan bahwa makanan tersebut baik untuk tubuh dan tidak merugikan akal serta jiwa. Tetapi hal ini semakin sulit karena perkembangan teknologi pangan yang sudah semakin modern, di mana bahan aditif, proses pengolahan, dan komponen tambahan seperti gelatin atau enzim bisa berasal dari sumber yang tidak halal. Oleh karena itu, penting bagi umat Islam untuk memahami secara dalam mengenai makanan halal dan haram, agar mampu memilih produk yang sesuai dengan syariat. Literasi mengenai halal menjadi kebutuhan mendesak untuk menjaga kualitas makanan umat dan melindungi generasi mendatang dari konsumsi makanan yang diragukan atau haram.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan sebagai penjaga perekonomian (Salman Al Farisi, 2022), UMKM telah terbukti menjadi sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Peranannya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi pun sangat besar.



Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2020 terdapat sekitar 64,2 juta unit UMKM di Indonesia, menunjukkan betapa besar potensi yang dimiliki sektor ini. Selain itu, UMKM berkontribusi sekitar 61,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, menegaskan peran vitalnya dalam pembangunan ekonomi. Tidak hanya itu, UMKM juga berperan signifikan dalam menurunkan angka kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Nasrida *et al.*, 2023). UMKM juga memiliki banyak variasinya mulai dari minuman kemasan, makanan cepat saji dan juga makanan goreng gorengan.

Produk pangan adalah segala jenis bahan yang berasal dari hasil pertanian, kehutanan, perkebunan, perikanan, peternakan yang diolah ataupun tidak diolah. Produk pangan ini bisa digunakan sebagai bahan tambahan, bahan baku, dan bahan lainnya yang berpengaruh dalam pengolahan atau pun pembuatan makanan atau minuman (Agusta, 2020). Pangan olahan adalah makanan atau minuman yang sudah melewati proses pengolahan, yaitu adanya penambahan atau pencampuran pada bahan pangan baku. Pangan olahan dapat berupa makanan siap saji yang tidak memerlukan banyak proses persiapan, ataupun makanan yang perlu diproses dan dimasak terlebih dahulu sebelum dikonsumsi manusia (Latianingsih *et al.*, 2025). Contoh produk pangan olahan meliputi bakwan, pisang goreng, teh manis dan sebagainya. Dalam proses pengolahan pangan ini perlu diperhatikan untuk menghasilkan produk yang bermutu dan aman dikonsumsi serta terjamin kehalalannya (Iswadi, 2025).

Gorengan merupakan salah satu makanan yang sering dijumpai di seluruh wilayah Indonesia dan disukai oleh masyarakat (Budiana *et al.*, 2020). Selain itu, makanan gorengan sangat identik dengan minyak goreng. Minyak goreng memberikan rasa gurih, tekstur makanan, serta membuat tampilan makanan lebih menarik dan permukaan yang kering (Lomboan *et al.*, 2022). Gorengan juga banyak variannya, terdiri dari banyak jenis seperti pisok, tempe, tahu goreng, bakwan, risoles, pastel, dan lainnya. Makanan ini sangat populer di Indonesia karena rasanya gurih, harganya terjangkau, serta mudah ditemukan terutama di pinggir jalan (Hilma *et al.*, 2022).

Desa Kubang Jaya adalah sebuah desa yang terletak di Kabupaten Serang, Provinsi Banten yang memiliki banyak UMKM. Salah satunya yaitu UMKM Gorengan. Sebagian besar pelaku UMKM Gorengan di Desa Kubang Jaya masih belum mengetahui dan menyadari tentang pentingnya produk halal serta prosedur untuk sertifikasi halal suatu produk. Sementara itu produk pangan wajib disertifikasi halal oleh Lembaga Pemerintahan Indonesia melalui UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Oleh karena itu, dalam kegiatan sosialisasi ini lokasi yang kami pilih adalah Desa Kubang Jaya khususnya pelaku UMKM Gorengan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM Gorengan mengenai konsep penggunaan produk halal dan prosedur sertifikasi halal, serta membangun kesiapan pelaku usaha dalam menerapkan prinsip halal di wilayah Desa Kubang Jaya.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kubang Jaya, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, pada 20 Oktober 2025.





Gambar 1. Peta Provinsi Banten



Gambar 2. Peta Kabupaten Serang



Gambar 3. Titik Lokasi Ke-3 pelaku usaha

Kegiatan berlangsung selama satu hari dan melibatkan tiga pelaku usaha gorengan sebagai mitra. Mereka dipilih karena merupakan pedagang aktif yang sehari-hari berjualan di wilayah desa, sehingga usahanya langsung berhubungan dengan konsumsi masyarakat. Kondisi itu membuat mereka menjadi kelompok yang tepat untuk menerima edukasi mengenai produk halal, apalagi mereka sebelumnya belum pernah mendapatkan penjelasan terkait hal tersebut.

Sebelum kegiatan dimulai, tim pelaksana terlebih dahulu berkoordinasi dengan Kepala Desa Kubang Jaya untuk meminta izin dan menjelaskan tujuan kegiatan. Koordinasi ini penting supaya pelaksanaan berjalan tertib dan sesuai dengan kondisi desa. Setelah mendapat persetujuan, tim melakukan eksplorasi lapangan dengan menyusuri area sekitar desa untuk mencari pelaku usaha gorengan yang sedang berjualan. Dari hasil penelusuran tersebut, dipilih tiga pelaku usaha yang memenuhi kriteria, yaitu masih menjalankan usaha secara mandiri, belum pernah memperoleh edukasi halal, dan bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dari wawancara awal sampai edukasi.

Jumlah tiga mitra ini ditetapkan berdasarkan kondisi lapangan. Jumlah pedagang gorengan di desa tidak banyak, dan tiga peserta dipandang paling ideal untuk kegiatan yang waktunya cukup singkat. Dengan jumlah tersebut, proses edukasi bisa berlangsung lebih fokus, interaktif, dan memungkinkan tim menggali pemahaman peserta secara mendalam. Seluruh kegiatan dilaksanakan langsung di tempat usaha masing-masing mitra agar suasananya lebih nyaman dan sesuai dengan aktivitas harian mereka.

Rangkaian kegiatan dimulai dengan sesi pembukaan yang berisi perkenalan tim dan penyampaian tujuan kegiatan. Setelah itu dilakukan wawancara awal (pre-test) selama lima menit untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta mengenai produk halal, cara memeriksa label halal, dan pandangan mereka tentang sertifikasi

halal. Hasil pre-test digunakan sebagai dasar untuk menyesuaikan penyampaian materi agar lebih mudah dipahami.

Sesi edukasi berlangsung selama dua puluh menit. Materi disampaikan secara interaktif dengan bahasa yang sederhana dan contoh-contoh yang dekat dengan kegiatan usaha mereka, seperti pemilihan minyak goreng, penggunaan bumbu kemasan, hingga kebiasaan membeli bahan baku. Materi yang diberikan mencakup pengertian produk halal, cara memastikan bahan baku halal, pengecekan label halal, dan langkah dasar untuk mengurus sertifikasi halal bagi usaha kecil. Peserta diberi kesempatan untuk bertanya dan berbagi pengalaman agar materi terasa lebih relevan.

Peserta menjalani wawancara akhir (post-test) dengan pertanyaan yang sama seperti tahap awal untuk melihat adanya peningkatan pemahaman dan perubahan sikap setelah mengikuti kegiatan. Penilaian keberhasilan kegiatan menggunakan beberapa indikator, yaitu peningkatan skor pengetahuan minimal dua puluh persen, kemampuan peserta menjelaskan kembali konsep halal, pemahaman mengenai langkah dasar sertifikasi halal, serta munculnya sikap positif seperti keinginan menerapkan prinsip halal dalam usaha. Hasil pengukuran menunjukkan skor rata-rata peserta meningkat dari 64,0 menjadi 80,6 dengan kenaikan sebesar 26,94 persen. Nilai tersebut menggambarkan bahwa kegiatan edukasi berlangsung efektif dan mampu memperluas pemahaman peserta mengenai penerapan prinsip halal dalam usaha mereka.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung persentase kenaikan :

$$\text{Persentase Kenaikan (\%)} = \frac{(\text{Akhir} - \text{Awal})}{\text{Awal}} \times 100\%$$

Ket : Akhir : hasil nilai *posttest*
Awal : hasil nilai *pretest*

Rumus yang digunakan dalam mencari rata-rata hitung adalah :

$$X = \frac{\sum x}{N}$$

Ket : X : Rata-rata hitung yang dicari
 $\sum x$: Jumlah skor
N : Jumlah subjek

IMPLEMENTASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Program edukasi produk halal dilaksanakan pada 20 Oktober 2025 di Desa Kubang Jaya, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Kegiatan ini melibatkan tiga pelaku usaha gorengan sebagai peserta utama dengan tujuan meningkatkan pemahaman mereka mengenai konsep dan praktik produk halal. Tim pelaksana memulai kegiatan dengan koordinasi dan perizinan kepada Kepala Desa Kubang Jaya untuk memastikan kelancaran dan legalitas pelaksanaan. Peserta diperkenalkan dengan tujuan dan manfaat kegiatan agar mereka memahami pentingnya edukasi ini bagi praktik usaha sehari-hari. Beberapa pertanyaan wawancara disiapkan untuk mengukur pemahaman awal peserta, meliputi pengertian



produk halal, pentingnya bahan halal, pemeriksaan label, prosedur memastikan kehalalan bahan, dan niat memiliki sertifikat halal. Persiapan ini bertujuan agar seluruh aspek penting tercakup dan kegiatan berjalan sistematis.



Gambar 4. Wawancara Pelaku usaha 1



Gambar 5. Wawancara Pelaku usaha 2



Gambar 6. Wawancara Pelaku usaha 3

Sesi pretest berlangsung selama lima menit untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta. Hasil pretest menunjukkan rata-rata nilai peserta 64,0. Pertanyaan pertama mengenai pengertian produk halal memperoleh skor 70, pertanyaan kedua tentang pentingnya bahan halal 75, pertanyaan ketiga terkait pemeriksaan label 60, pertanyaan keempat prosedur pengecekan bahan 65, dan pertanyaan kelima niat memiliki sertifikat halal 50. Data ini menunjukkan sebagian peserta sudah memahami konsep dasar halal, namun masih ada kekurangan pada prosedur pengecekan dan sertifikasi. Informasi ini menjadi dasar bagi tim untuk menyesuaikan penyampaian materi agar lebih mudah dipahami peserta. Pretest juga membantu menekankan aspek yang perlu lebih diperkuat selama sesi edukasi.

Materi edukasi disampaikan selama 20 menit dengan pendekatan interaktif dan bahasa sederhana. Fokus materi mencakup definisi produk halal, prosedur sertifikasi UMKM, pentingnya memeriksa label halal, dan praktik aman dalam pengolahan makanan. Peserta diberi kesempatan bertanya dan berdiskusi mengenai pengalaman mereka, termasuk cara mengecek logo halal melalui kemasan atau aplikasi resmi BPJPH. Aktivitas ini membuat peserta lebih antusias dan paham praktik halal dalam usaha mereka. Contoh nyata dari kegiatan usaha membantu peserta menghubungkan teori dengan praktik sehari-hari. Sesi edukasi ini menumbuhkan kesadaran untuk lebih teliti dalam memilih bahan dan memastikan kehalalan produk yang mereka buat.

Posttest dilakukan selama lima menit menggunakan instrumen yang sama dengan pretest. Hasil menunjukkan rata-rata skor peserta meningkat menjadi 80,6,

naik sekitar 26,94 persen. Peningkatan tiap pertanyaan antara lain: pengertian produk halal naik 21,4 persen, pentingnya bahan halal naik 20,0 persen, pemeriksaan label naik 33,3 persen, prosedur pengecekan bahan naik 20,0 persen, dan niat memiliki sertifikat halal naik 40,0 persen. Jawaban peserta pada posttest lebih rinci dan akurat, menandakan pemahaman mereka bertambah. Peningkatan tertinggi terjadi pada pertanyaan kelima karena sebelumnya peserta belum memahami prosedur dan manfaat sertifikasi. Hal ini menegaskan bahwa edukasi mampu memengaruhi pengetahuan, sikap, dan niat praktis peserta.

Tabel 1. Hasil Pretest dan Posttest Pengetahuan Produk Halal Pelaku Usaha

No	Pertanyaan	Rata-rata Pre-test	Rata-rata Post-test	Peningkatan (%)
1	Apa yang dimaksud dengan produk halal?	70	85	21,4
2	Apakah penting memastikan bahan yang digunakan itu halal? Mengapa?	75	90	20,0
3	Apakah Bapak/Ibu memeriksa label halal pada bahan-bahan yang digunakan?	60	80	33,3
4	Apakah Bapak/Ibu tahu cara memastikan suatu bahan itu halal atau tidak?	65	78	20,0
5	Apakah Bapak/Ibu ingin produk jajanan Bapak/Ibu memiliki sertifikat halal di masa depan? Mengapa?	50	70	40,0
Rata-rata		64,0	80,6	26,94

Analisis per pertanyaan menunjukkan beberapa hal penting. Pertanyaan pertama dan kedua memperlihatkan peserta sudah memiliki dasar konsep halal, namun edukasi membuat mereka mampu menjelaskan lebih lengkap, termasuk proses produksi dan penyajian. Pertanyaan ketiga dan keempat menekankan pentingnya pemeriksaan label dan prosedur memastikan kehalalan bahan. Peserta menjadi lebih cermat dan memahami langkah praktis yang harus dilakukan. Pertanyaan kelima mengungkap motivasi peserta untuk mengikuti sertifikasi halal di masa depan, yang sebelumnya rendah. Hasil ini menunjukkan edukasi tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk perilaku dan kesiapan peserta dalam praktik usaha sehari-hari.

Selain peningkatan nilai, kegiatan ini juga memperlihatkan perubahan sikap peserta secara nyata. Mereka mulai lebih teliti ketika mengecek label halal dan lebih memperhatikan kualitas bahan yang dipakai. Diskusi, sesi tanya jawab, dan contoh-contoh praktis selama edukasi membantu peserta memahami alur dasar proses sertifikasi halal serta mendorong mereka untuk menerapkan prinsip halal dalam usaha sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan (Puspa *et al.*, 2023) yang menunjukkan bahwa kesadaran halal masyarakat masih rendah sehingga edukasi diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan perilaku halal.

Berdasarkan data hasil pretest dan posttest, analisis lebih lanjut menunjukkan beberapa temuan penting terkait efek edukasi terhadap pengetahuan dan perilaku peserta. Nilai rata-rata pretest 64,0 meningkat menjadi 80,6 pada posttest, dengan persentase kenaikan 26,94 persen. Peningkatan paling besar ditunjukkan pada pertanyaan nomor 5 mengenai keinginan pelaku usaha agar produknya memperoleh sertifikat halal di masa depan, dengan kenaikan 40 persen, menunjukkan perubahan pola pikir peserta dari berfokus pada keuntungan menjadi lebih sadar akan nilai kehalalan. Peningkatan menonjol juga terjadi pada pertanyaan nomor 3 tentang kebiasaan memeriksa label halal, dengan kenaikan 33,3 persen, yang mencerminkan perubahan perilaku nyata setelah memahami rantai pasok halal. Pertanyaan nomor 1,



2, dan 4 juga mengalami peningkatan sedang, antara 20–21,4 persen, menunjukkan penguatan konsep halal secara komprehensif. Hasil ini didukung oleh penelitian (Hartanti *et al.*, 2023) yang menyatakan bahwa penelitian halal memperdalam literasi dan tanggung jawab moral pelaku usaha dalam memastikan kehalalan produk.

Secara umum, hasil ini menggambarkan adanya pergeseran signifikan dalam cara berpikir dan bertindak pelaku usaha setelah menerima edukasi halal. Sebelum kegiatan, sebagian peserta hanya mengetahui istilah halal secara umum tanpa memahami proses di baliknya. Setelah mengikuti pelatihan, pengetahuan mereka meningkat secara kognitif, niat, dan perilaku nyata. Perubahan ini menunjukkan bahwa edukasi memiliki efek transformasional terhadap kesadaran peserta, termasuk kesadaran untuk memastikan kehalalan produknya melalui prosedur yang tepat. Edukasi tidak sekadar menambah informasi, tetapi membentuk cara pandang baru terhadap tanggung jawab kehalalan dan kepatuhan terhadap sertifikasi halal. Hal ini sejalan dengan penelitian (Diah Permanasari *et al.*, 2024) yang menyatakan bahwa edukasi halal meningkatkan motivasi UMKM untuk mengurus sertifikasi. Dengan demikian, kegiatan edukasi halal berkontribusi dalam membangun kesadaran berkelanjutan di kalangan pelaku usaha.

Adanya pemahaman mengenai kehalalan suatu produk tidak hanya sekedar untuk kepentingan pribadi saja, melainkan merupakan suatu hal yang menenangkan bagi masyarakat indonesia karena mayoritasnya muslim. Kehalalan suatu produk juga termasuk hal yang diwajibkan oleh peraturan kewarganegaraan sebagaimana pada UU Nomor 33 Tahun 2014 mewajibkan seluruh produk memiliki sertifikat halal. Sejalan dengan penelitian oleh (Aliandri *et al.*, 2021) yang menyatakan bahwa sosialisasi dilakukan agar pelaku usaha memahami pentingnya sertifikasi halal sebagai jaminan kenyamanan, keamanan, dan kepastian bagi konsumen.

Ada beberapa prinsip halal dalam produksi yang disebutkan dalam penelitian oleh (Mustakim *et al.*, 2022), prinsip tersebut mencakup mulai dari pemilihan bahan, proses pengolahan, serta penggunaan peralatan yang sesuai standar kebersihan dan keamanan. Berdasarkan ketiga prinsip tersebut, pelaku usaha diharapkan menyadari bahwa penerapan konsep halal dapat menjaga kualitas produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperluas pasar dan daya saing usaha.

Peningkatan pengetahuan ini menunjukkan adanya hubungan sebab-akibat yang jelas antara edukasi dan perubahan perilaku peserta. Edukasi yang terarah dan sesuai kebutuhan mampu meningkatkan pemahaman, kesadaran, serta motivasi pelaku usaha dalam menerapkan prinsip halal. Semakin sering mereka memperoleh edukasi dan pendampingan, semakin besar peluang penerapan sistem produksi halal secara konsisten. Hasil penelitian menegaskan bahwa edukasi halal bersifat strategis dalam pemberdayaan UMKM. Keberhasilan kegiatan ini menjadi dasar penting untuk pengembangan program serupa di masa mendatang. Oleh karena itu, disarankan agar edukasi berikutnya dilengkapi dengan pendampingan langsung dan simulasi praktik sertifikasi halal.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pengetahuan pelaku usaha gorengan mengenai produk halal, terbukti dari kenaikan nilai pretest-posttest sebesar 26,94%. Selain peningkatan pengetahuan, peserta juga menunjukkan perubahan sikap yang lebih teliti dalam mengecek label halal dan memahami prosedur



dasar sertifikasi. Hasil ini menegaskan bahwa edukasi yang dilakukan berjalan efektif dalam memperkuat pemahaman dan kesiapan peserta menuju usaha berprinsip halal. Untuk memperdalam kemampuan praktik, kegiatan lanjutan disarankan mencakup pendampingan dan simulasi proses sertifikasi halal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Kepala Desa Kubang Jaya, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, atas izin dan dukungan yang diberikan dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Fakultas Sains Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten atas arahan dan fasilitas yang disediakan. Apresiasi ditujukan kepada pelaku usaha gorengan di Desa Kubang Jaya atas partisipasi dan antusiasme mereka. Dukungan dan kerja sama semua pihak menjadi kunci keberhasilan kegiatan ini serta berkontribusi terhadap meningkatnya kesadaran pentingnya produk halal di kalangan pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, M. (2020). Pengaturan Mutu Produk Pangan Kaitannya Dengan Perlindungan Hak Atas Keamanan Dan Kenyamanan Konsumen. *Datin Law Jurnal*, 1(1). <https://doi.org/10.36355/dlj.v1i1.333>
- Aliandri, H. F., Utomo, S., Na'im, F. A., & Syukron. (2021). *Sosialisasi Sertifikat Halal Pada Produk Makanan dan Minuman di Desa Kempek Kecamatan Gempol*. 167–186.
- Astuti, M. (2020). Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>
- Budiana, B., Darmansyah, F. A., Mahdaliza, R., Nakul, F., & Putra, I. Z. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Mesin Peniris Gorengan Terhadap Kualitas Gorengan. *Journal of Applied Electrical Engineering*, 4(1), 20–23. <https://doi.org/10.30871/jaee.v4i1.2090>
- Diah Permanasari, E., Siska, S., Rahmadini, N., Chandra, A., Cresidanto, B., Qadhi Zakka, G., & Awwaliyah, R. (2024). Edukasi Sertifikasi Halal Tingkatkan Daya Saing Produk Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal SOLMA*, 13(1), 430–436. <https://doi.org/10.22236/solma.v13i1.14066>
- Elwardah, K., Yusniar, Permatasari, S., Harto, B., & Solapari, N. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal , Pemasaran Produk Halal , dan Kepuasan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(05), 658–669.
- Hartanti, D. A. S., Widianto, N. A., Mutammimah, N. C., Azis, T., & Nisak, I. C. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Sertifikat Halal Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan dan Minuman Di Desa Mojotrisno. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 151–155. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v4i3.4077>
- Hilma, S. R., Mubaiyanah, I., Zahro, K., Firdaus, A., Dinar, Y., Setiyawan, H., Qomariyah, W., Maulana, B., Qulby, N. W., Arta, D., Sihombing, M., Sleman,



- A., & Yogyakarya, D. I. (2022). *Perspektif Mahasiswa terhadap Perilaku Mengkonsumsi Gorengan*. 11(1), 55–66.
- Iswadi, D. (2025). *Pangan Teknologi : Membuat Pangan Lebih Sehat dan Berkualitas*. Penerbit KBM Indonesia.
- Jumiono, A. (2022). IdeIdentification of Critical Points for Halal Animal Ingredients and Animal Derivatives. *Halal Food Scientific Journal*, 4(2), 51–58.
- Latianingsih, N., Nurhayati, I., Mariam, I., Sonjaya, I., Pratama, A. P., & Bidhari, S. C. (2025). *Transformasi Digital dalam Produksi Pangan Olahan*. Widina Media Utama.
- Lomboan, D. E., Baroleh, J., & Jocom, S. G. (2022). Analisis Keuntungan Usaha Kuliner Gorengan Di Kelurahan Girian Indah Kecamatan Girian Kota Bitung. *Agri-Sosioekonomi*, 18(3), 709–716. <https://doi.org/10.35791/agrsossek.v18i3.44694>
- Maulizah, R., & Sugianto, S. (2024). Pentingnya Produk Halal di Indonesia: Analisis Kesadaran Konsumen, Tantangan Dan Peluang. *El-Suffah: Jurnal Studi Islam*, 1(2), 129–147. <https://doi.org/10.70742/suffah.v1i2.49>
- Mustakim, Z., Setiawan, O., Chalim, A., & Maulana, M. R. (2022). Sosialisasi Sertifikasi Halal Bagi UMKM Di Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *DedikasiMU : Journal of Community Service*, 4(2), 221. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v4i2.3995>
- Nasrida, F. M., Pandahang, A., & Febrian, dicky. (2023). JURNAL MANAJEMEN BISNIS KEWIRAUSAHAAN Perkembangan UMKM Di Indonesia Dan Potensi Di Kota Palangka Raya. *Jurnal Jumbirawa*, 2(1), 46–49.
- Novirin, B. (2025). Strategi Kolaborasi sebagai Pendorong Inovasi dan Kinerja UMKM di Indonesia. *Economics , Business and Management Science Journal*, 5(1), 50–60. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v5i1.741>
- Puspa, A. R., Umami, Z., & Nurlatifah, H. (2023). Hubungan Pengetahuan tentang Pangan Halal dan Thoyyib dengan Kebiasaan Makan Mahasiswa Universitas Al-Azhar Indonesia. *JURNAL AL-AZHAR INDONESIA SERI SAINS DAN TEKNOLOGI*, 8(3), 199. <https://doi.org/10.36722/sst.v8i3.1559>
- Ramadhan, R. F., Nourmanita, N. A., & Rosyidiana, H. (2024). JALUJUR : Jurnal Pengabdian Masyarakat Peningkatan Wawasan Sertifikasi Halal melalui Sosialisasi UU No . *JALUJUR: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–8.
- Salman Al Farisi. (2022). Peran UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Savitri, N. A., & Putra, R. R. (2022). Sosialisasi Sistem Jaminan Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Sewagati*, 6(2). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i2.217>
- Widyaningsih, D. A. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>

