



## **Pelatihan Sertifikasi Halal dan Pemasaran Modern untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Makanan di Desa Maringgit**

**Sri Maulida<sup>1\*</sup>, Haifa Lestari<sup>2</sup>, Akhsanul Rahmatullah<sup>3</sup>, Saipudin<sup>4</sup>, Muhammad Saleh<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[srimaulida@ulm.ac.id](mailto:srimaulida@ulm.ac.id), <sup>2</sup>[haifa.lestari@ulm.ac.id](mailto:haifa.lestari@ulm.ac.id), <sup>3</sup>[akhsanul.rahmatullah@ulm.ac.id](mailto:akhsanul.rahmatullah@ulm.ac.id), <sup>4</sup>[saipudin.iesp@ulm.ac.id](mailto:saipudin.iesp@ulm.ac.id), <sup>5</sup>[muhammad.saleh@ulm.ac.id](mailto:muhammad.saleh@ulm.ac.id)

### **Abstract**

*The growth of MSMEs has been steadily increasing each year, yet they still face various challenges. One of the sectors contributing the most to the national economy is the food and culinary industry. MSMEs in Maringgit Village sell traditional foods from the Hulu Sungai Tengah region, such as kue cincin, rice cakes, kue apam, kue jabuk, sugar-coated peanuts, and other processed foods. Increasingly fierce competition has made it difficult for them to compete due to limited knowledge of how to increase income and sales. This study focuses on how MSMEs in Maringgit Village can boost their income through halal certification and modern marketing. The lack of information and knowledge has caused business owners to misunderstand regulations governing halal certification. Therefore, outreach and assistance with halal product certification are crucial to help these products enter modern markets. This community service aims to help MSMEs in Maringgit Village overcome these challenges. The assistance in halal certification and modern marketing training is carried out in stages, both online and offline. Success indicators were tested using difference tests. The results of this community service show that the knowledge and income of MSME food producers in Maringgit Village significantly increased after participating in the training. Income increased by 122%, with statistical results showing a significant change with a very strong correlation. Knowledge increased by 60%, with statistical results showing a significant change with a strong correlation.*

**Keywords:** Halal Certification, Modern Marketing, MSMEs, Income.

### **Abstrak**

Pertumbuhan UMKM semakin meningkat setiap tahun, namun UMKM masih memiliki beragam permasalahan. Salah satu UMKM yang paling banyak berkontribusi besar pada perekonomian nasional adalah usaha kuliner dan olahan makanan. UMKM Desa Maringgit menjual makanan khas daerah Kabupaten Hulu Sungai Tengah, yaitu kue cincin, roti beras, kue apam, kue jabuk, kacang gula dan berbagai olahan makanan lainnya. Persaingan usaha yang semakin ketat membuat mereka belum mampu bersaing karena keterbatasan pengetahuan dalam meningkatkan pendapatan dan penjualan. Fokus kajian ini menjelaskan bagaimana UMKM Desa Maringgit mampu meningkatkan pendapatannya melalui sertifikasi halal dan pemasaran modern. Minimnya informasi dan pengetahuan membuat pelaku usaha kurang memahami peraturan yang mengatur sertifikasi halal. Sosialisasi dan pendampingan sertifikasi halal produk menjadi penting dilakukan agar produk dapat menembus pasar modern. Pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk membantu UMKM Desa Maringgit mengatasi permasalahan tersebut. Pendampingan sertifikasi halal dan pelatihan pemasaran modern ini dilaksanakan bertahap, baik online maupun offline. Indikator keberhasilan diuji dengan analisis uji beda. Hasil pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pendapatan UMKM Makanan Desa Maringgit meningkat signifikan setelah mengikuti pelatihan. Pendapatan meningkat 122% dengan hasil statistik terjadi perubahan yang signifikan dengan korelasi yang sangat kuat. Pengetahuan meningkat 60% dengan hasil statistik terjadi perubahan yang signifikan dengan korelasi kuat.

**Kata Kunci:** Sertifikasi Halal, Pemasaran Modern, UMKM, Pendapatan.

## A. PENDAHULUAN

Pertumbuhan UMKM semakin meningkat setiap tahun, ada sekitar 65 juta unit usaha UMKM tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2023. Salah satu jenis UMKM yang paling banyak adalah usaha kuliner dan olahan makanan. UMKM Desa Maringgit merupakan salah satu UMKM yang membuat usaha produk makanan khas daerah Kalimantan Selatan. Desa Maringgit terletak di Kecamatan Batang Alai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Ensiklopedia Dunia., n.d.).



Gambar 1. Observasi Awal dengan Camat B.A.U.

Observasi awal yang dilakukan melalui survei dan diskusi kepada 30 anggota kelompok calon mitra PkM yaitu UP2K Kemayu, mengidentifikasi bahwa kebanyakan UMKM Desa Maringgit menjual produk makanan khas daerah yakni kue cincin, roti beras, kue apam, cemilan makrumi, kue jabuk, kacang gula, tape beras, kue bawang, dan jengkol.

Dalam menjalankan usaha mereka saat ini, tentu tidak lepas dari persaingan usaha yang kompleks. Produk makanan daerah yang dihasilkan memang tidak kalah dengan produk pesaingnya, namun pemilik UMKM produk makanan di Desa Maringgit masih belum mampu bersaing secara lokal. Hal tersebut dikarenakan, *Pertama*, produk makanan belum mempunyai legalisasi halal dari instansi berwenang sehingga sulit menembus pasar modern seperti minimarket dan bersaing di pasar domestik. Padahal, kelompok mitra menginginkan agar produknya dapat dikenal secara domestik dan pengemasan produknya tetap higienis. Legalisasi produk usaha melalui sertifikasi halal diperkirakan dapat membantu permasalahan ini (Muhammad Hasyim Ashari & Firdaus Intania, 2022; Purborini & Harsanty, 2024).

*Kedua*, kelompok mitra sasaran masih belum memahami tentang pemasaran modern dan belum bisa menggunakan strategi pemasaran modern saat ini. Permasalahan pemasaran utama yang terjadi adalah dari segi pengemasan produk. Produk makanan UMKM Desa Maringgit masih dikemas dengan sangat sederhana. Ada yang masih menggunakan kertas nasi dan kebanyakan menggunakan plastik serta kemasan plastik yang tidak ada labelnya. Penggunaan kemasan produk tersebut membuat tampilan produk kurang menarik,

yang berdampak pada penjualan yang rendah. Kurangnya pengetahuan terkait kemasan produk yang merupakan bagian dari strategi pemasaran modern menjadi titik awal permasalahan pelaku usaha UMKM di Desa Maringgit yang membutuhkan perhatian khusus.

*Ketiga*, beberapa alat produksi sudah tidak berfungsi dengan maksimal lagi kuantitas produksi terutama pada kue beras tidak maksimal dan berfluktuatif ke arah penurunan. Kemudian hal tersebut juga mengakibatkan ketidakmampuan pelaku usaha untuk memperhatikan kepuasan pelanggannya dalam memenuhi pesanan mendadak yang terlalu banyak dikarenakan kurangnya kemampuan memaksimalkan alat produksi. Pelaku usaha perlu upgrade alat produksi untuk memberi kepuasan pelanggan dan menganalisis pergerakan para pesaing usaha di pasar.

Edukasi kepemilikan sertifikasi halal, pemasaran modern terutama dalam hal pengemasan produk kekinian, upgrade alat produksi dan penggunaan teknologi digital dalam memasarkan produk menjadi sangat penting bagi pelaku usaha makanan di Desa Maringgit, Kecamatan Batang Alai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Suleman et al., 2021; Yani Sya'banniah et al., 2022). Oleh karena itu, pelatihan pemanfaatan sertifikasi halal dan pemasaran modern dijadikan sebagai target utama dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini.

## B. PELAKSAAAN DAN METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan di Desa Maringgit, Kecamatan Batang Alai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Tengah dengan kelompok mitra sasaran adalah kelompok mitra produktif UMKM Desa Maringgit dengan produk usaha makanan khas daerah Kalimantan Selatan. Berdasarkan identifikasi masalah dan rencana solusi yang telah disusun, proses pelaksanaan kegiatan terdiri dari: sosialisasi, pelatihan non-teknis, pelatihan teknis penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi serta keberlanjutan program. Secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

### Sosialisasi

Sosialisasi merupakan penyampaian maksud dan tujuan diadakannya pengabdian kepada mitra. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mitra terkait bagaimana pentingnya pemasaran modern, pentingnya peran dan fungsi kemasan produk dalam dunia pemasaran untuk meningkatkan omset dan pendapatan; legalisasi produk sebagai bentuk tanggung jawab produksi bagi produsen untuk konsumen, serta pentingnya manajemen usaha untuk peningkatan pendapatan dan keterampilan sebagai pengusaha makanan khas daerah.

Setelah program sosialisasi selesai, sehubungan dengan tujuan program ini adalah keberlanjutan tentu perlu adanya kolaborasi dengan pemerintah setempat, lembaga non-pemerintah, atau lembaga pendidikan untuk menyelenggarakan pelatihan dan workshop secara berkala tentang proses dan prosedur sertifikasi halal. Materi-materi ini harus disampaikan dengan cara yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan kelompok mitra.

#### **Pelatihan non-teknis**

Pelatihan non-teknis berupa penyampaian proses legalisasi produk, proses pemasaran dan berbagai macam teknik/strategi pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi kenaikan pendapatan.

#### **Penerapan Teknologi**

Pelatihan teknis menggunakan penerapan teknologi berupa praktik membuat desain kemasan produk dengan menggunakan aplikasi canva dalam membuat desain kemasan produk. Selain itu, penggunaan platform digital menggunakan teknologi telepon pintar dalam memasarkan produk, seperti penggunaan aplikasi whatsapp, instagram, tiktok, dan shopee.

#### **Pendampingan dan evaluasi**

Pendampingan berupa pendampingan dalam mendapatkan sertifikasi halal untuk produk serta pembuatan desain kemasan dan pemasaran produk melalui pasar elektronik dan media sosial.

Evaluasi akan di nilai pada masa akhir PKM yang dilihat dari ketersediaan produk, jumlah omset, jumlah pendapatan, legalisasi produk dan keterampilan anggota kelompok. Memberikan pendampingan dan bimbingan langsung kepada kelompok usaha makanan dalam proses pengajuan sertifikasi halal merupakan cara efektif agar tujuan program tercapai dengan baik.

#### **Keberlanjutan program**

Keberlanjutan program berupa penyampaian informasi untuk terus mengikuti pameran yang diadakan baik oleh pemerintah kabupaten HST maupun dalam lingkup yang lebih luas. Pada proses ini tim pengusul akan melakukan koordinasi secara berkelanjutan dengan pemerintah setempat untuk terus mengikutsertakan kelompok dalam setiap pameran yang diadakan termasuk di provinsi. Harapannya adalah produk dapat dipasarkan ke wilayah/kabupaten lain. Memastikan bahwa kelompok usaha makanan memiliki akses yang memadai terhadap informasi terkini tentang aturan dan regulasi terkait. Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan literatur, website, atau papan informasi di tempat-tempat yang mudah diakses oleh mereka. Selain itu penting untuk membangun kerja sama

yang erat dengan lembaga-lembaga terkait seperti Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian (BPPSDMP), Dinas Kesehatan, Kementerian Agama HST dan lembaga sertifikasi halal untuk memfasilitasi proses pengajuan sertifikasi dan perijinan untuk produk selanjutnya.

Tujuan pelaksanaan kegiatan PkM ini secara umum, *pertama*, memberikan dampak pengembangan IPTEKS kepada masyarakat terutama dalam bidang ekonomi dengan pengembangan model pengabdian kepada masyarakat; *kedua*, penerapan SDGs dalam bidang ekonomi untuk kesejahteraan masyarakat. *Ketiga*, kegiatan PKM ini secara khusus memiliki tujuan untuk memberikan solusi atas kebutuhan dan permasalahan kelompok mitra sasaran sebagaimana telah disepakati bersama.

Selain itu, PKM ini bertujuan untuk Mendukung Program MBKM yaitu Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang dicanangkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang bertujuan mendorong mahasiswa untuk menguasai berbagai keilmuan untuk bekal memasuki dunia kerja. Dengan melibatkan mahasiswa di PKM ini akan menambah wawasan mengenai bisnis, sehingga ketika mahasiswa terjun ke dunia usaha mereka sudah mempunyai bekal yang relevan.

Pengabdian ini merupakan implementasi dari Penelitian kemudian hasil pengabdian nantinya dapat menjadi studi kasus saat penyampaian Mata Kuliah Ekonomi Syariah dan Kewirausahaan.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan PkM ini dilaksanakan pada hari Rabu, 31 Juli 2024 di Desa Maringgit, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Kalimantan Selatan. Kegiatan dilakukan dengan lima tahap:

#### **Sosialisasi**

Sosialisasi merupakan tahap awal penting dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat (PkM) di Desa Maringgit. Dalam sosialisasi ini, tim menjelaskan secara rinci tentang program yang akan dilaksanakan, mulai dari kegiatan yang direncanakan, pembiayaan yang digunakan, hingga tujuan dan output yang diharapkan dari program tersebut. Tujuan utama sosialisasi adalah agar mitra, seperti pelaku usaha lokal, memahami maksud program ini serta manfaat yang akan diperoleh (Perdana et al., 2016). Setelah sosialisasi selesai, Kepala Desa atau Pembakal Desa Maringgit menyampaikan rasa terima kasih atas adanya program ini. Ia sangat mengapresiasi inisiatif yang diambil oleh tim dan berharap program dapat berkelanjutan, memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat. Tak hanya itu, Camat Batang Alai Utara juga memberikan sambutannya. Dalam sambutannya, beliau menekankan pentingnya

peningkatan pengetahuan bagi para pelaku usaha di desa tersebut. Camat juga berharap para pelaku usaha dapat mempraktikkan langsung apa yang mereka pelajari dari program ini, sehingga mampu meningkatkan kapasitas usaha mereka, baik dari segi produksi maupun pemasaran. Dengan demikian, program PkM ini diharapkan tidak hanya sebatas kegiatan temporer, tetapi juga memberikan dampak berkelanjutan terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat (Irvan et al., 2024).



Gambar 2. Sosialisasi

### Pelatihan

Pelatihan yang dilakukan dalam program pengabdian masyarakat di Desa Maringgit mencakup dua materi utama, yaitu sertifikasi halal dan pemasaran digital. Materi pertama disampaikan oleh Ibu Haifa Lestari, S.Pd., M.E.K., yang berfokus pada pentingnya sertifikasi halal untuk produk makanan. Dalam pemaparannya, Ibu Haifa menjelaskan bahwa mulai Oktober 2026, sertifikasi halal akan diwajibkan untuk produk makanan. Oleh karena itu, pelaku usaha makanan di desa ini perlu mempersiapkan diri agar memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Ibu Haifa juga menjelaskan secara detail langkah-langkah yang diperlukan dalam proses sertifikasi, seperti dokumen yang harus disiapkan, proses pengajuan, hingga pemenuhan standar kebersihan dan bahan baku yang digunakan. Pentingnya sertifikasi halal ini tidak hanya untuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga untuk meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas, terutama dalam menjangkau pasar modern dan masyarakat yang membutuhkan jaminan kehalalan produk (Firdaus, 2023). Pelatihan ini memberikan pemahaman mendalam kepada pelaku usaha agar lebih siap menghadapi perubahan regulasi dan mampu memanfaatkan peluang yang lebih besar di masa mendatang (Ardiansyah, 2023).



Gambar 3. Materi Sertifikasi Halal

Materi kedua dalam pelatihan disampaikan oleh Bapak Akhsanul Rahmatullah, M.E., yang membahas tentang pemasaran digital dan pentingnya kemasan (*packaging*) yang menarik untuk meningkatkan penjualan produk. Rahmatullah menjelaskan bahwa dalam era digital saat ini, pelaku usaha harus memanfaatkan platform online seperti media sosial, *e-commerce*, dan situs web untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efisien. Pemasaran digital memungkinkan produk desa seperti makanan khas Desa Maringgit untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, tidak hanya di pasar lokal tetapi juga nasional, bahkan internasional (Silaen et al., 2024).

Selain strategi pemasaran, Akhsanul Rahmatullah menekankan pentingnya kemasan produk yang menarik. *Packaging* yang menarik tidak hanya membuat produk lebih menonjol di rak-rak toko atau di platform online, tetapi juga mampu memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Rahmatullah memberikan contoh-contoh desain kemasan yang sesuai dengan tren pasar, serta bagaimana kemasan yang inovatif dapat memberikan nilai tambah pada produk. Desain yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik visual sekaligus menjaga kualitas produk, sehingga meningkatkan minat konsumen untuk membeli. Dengan memadukan pemasaran digital yang tepat dan kemasan yang menarik, diharapkan pelaku usaha di Desa Maringgit dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka secara signifikan..



Gambar 4. Materi Pemasaran Digital

Pada proses pelatihan ini diberikan kuisioner *pra test* dan *post test* untuk mengukur hasil dari pelatihan. Berdasarkan uji *Paired T-Test* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Beda Variabel Pengetahuan

Variabel	Hasil	Keterangan
Kenaikan Tingkat Pengetahuan	60%	Meningkat
Signifikansi Uji Beda	0,000	Signifikan

Sumber: Olah data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan pada 22 data peserta pelatihan, ditemukan bahwa pengetahuan peserta mengalami peningkatan sebesar 60%. Peningkatan ini terbukti signifikan secara statistik,

yang menunjukkan adanya perbedaan nyata antara tingkat pengetahuan peserta sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan. Dua materi yang disampaikan, yaitu sertifikasi halal dan pemasaran digital, terbukti memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta (Sulastini et al., 2024). Hasil ini menegaskan bahwa pelatihan tersebut berhasil meningkatkan wawasan dan kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan dan peluang di masa mendatang.



Gambar 5. Peserta Pelatihan

### Penerapan Teknologi dan Produksi

Pada tahap ini, semua peserta diberikan form pendapatan 4 minggu sebelum pelatihan dan setelah pelatihan. Peserta diminta untuk menerapkan teknologi yang telah disampaikan dalam pelatihan serta menggunakan mesin produksi yang telah diberikan. Kemudian peserta juga diberikan form pendapatan setelah pelatihan dan diisi hingga 31 Agustus 2024. Berdasarkan data dari 18 peserta yang konsisten mengisi formulir didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Beda Pendapatan

Variabel	Hasil	Keterangan
Pertumbuhan Total Pendapatan	122 %	Meningkat
Signifikansi Uji Beda	0,001	Signifikan

Sumber: Olah data SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, pendapatan peserta pelatihan meningkat secara signifikan sebesar 122%. Peningkatan ini tidak hanya terlihat dari segi angka, tetapi juga terbukti secara statistik dengan adanya perubahan signifikan setelah pelatihan. Hasil ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan digital marketing dengan peningkatan pendapatan UMKM. Dalam konteks pelatihan ini, pengenalan dan penerapan strategi pemasaran digital mampu membuka peluang yang lebih luas bagi pelaku usaha di Desa Maringgit untuk menjangkau konsumen baru, meningkatkan penjualan, dan

memperluas pasar mereka (Damis & Harun, 2024; Kusnadi et al., 2022; Nur Ainun Siregar et al., 2023; Putri & Arif, 2023; Widyayanti & Insiatiningsih, 2021).



Gambar 6. Penyerahan Alat Produksi

### Pendampingan dan Evaluasi

Pada proses ini, pendampingan dilakukan secara jarak jauh. Pada awalnya akan dilakukan pendampingan sertifikasi halal produk, namun demikian karena terkendala dengan kouta gratis sertifikasi halal untuk UMK oleh Kemenag sehingga tidak bisa dilakukan. Pendampingan hanya bisa dilakukan untuk proses pembuatan *social media* dan alamat email untuk keberlanjutan program.



Gambar 7. Pendampingan Praktik Teknologi

### Keberlanjutan Program

Pada tahap ini, tim pengabdian membuat program keberlanjutan berdasarkan hasil evaluasi, *pertama*, pendampingan lebih mendalam mengenai pembuatan konten pemasaran melalui media sosial. *Kedua*, pendampingan sertifikasi halal jika nanti kouta sudah ada, atau pendanaan dapat diberikan pada pengabdian selanjutnya yaitu sebesar Rp300.000/merek. *Ketiga*, pendampingan *packaging* agar tampilan lebih menarik.

## Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini adalah sebagai pelaku utama dalam pelaksanaan kegiatan, yaitu mengembangkan potensi wilayah dan masyarakat untuk produktif secara ekonomi. Pelaksanaan program PKM dilakukan dengan pendekatan partisipatif, memungkinkan mitra sasaran untuk aktif berperan dalam setiap kegiatan dan penyelesaian masalah (Hidayatullah & Suminar, 2019).

Metode penyampaian menggunakan pendekatan andragogi, yang membantu mitra dalam menemukan dan menggunakan pengetahuan yang relevan dengan lingkungan sosial mereka, dengan adanya interaksi dan saling pengaruh antara pemateri dan peserta (Destiani et al., 2023).

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan PKM kemitraan masyarakat meliputi: (1) terlibat dalam identifikasi masalah; (2) berperan dalam menentukan prioritas permasalahan yang akan diselesaikan dalam kegiatan PKM; (3) mengikuti kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan proses produksi; dan (4) bersama-sama dengan tim pelaksana, melakukan evaluasi dan memastikan keberlanjutan program PKM ini.

## D. PENUTUP

### Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan pendapatan UMKM Makanan di Desa Maringgit. Setelah pelatihan, pendapatan UMKM mengalami kenaikan sebesar 122%, yang secara statistik terbukti signifikan dengan korelasi sangat kuat. Pengetahuan peserta juga meningkat sebesar 60%, menunjukkan perubahan yang signifikan dengan korelasi kuat. Namun, terdapat kendala dalam proses pendampingan sertifikasi halal, yaitu habisnya kuota gratis dari pemerintah. Hal ini menyebabkan UMKM harus menunggu hingga kuota dibuka kembali untuk melanjutkan proses sertifikasi halal.

### Saran

Berikut saran dari kegiatan pengabdian ini yaitu, *pertama*, pada tahun 2025, produk mitra diajukan sertifikasi halal, BPOM, dan PIRT dengan dana PKM BIMA 2025. *Kedua*, pada tahun 2026 fokus kepada pendanaan packaging agar seperti oleh-oleh misal Bakpia. *Ketiga*, pada Tahun 2027-2029 dikembangkan wisata kuliner kue halal di Desa Maringgit, sehingga wisatawan atau konsumen yang lewat akan singgah membeli oleh-oleh di sentra ini. Terutama karena jalur ini merupakan jalur provinsi ke IKN.

## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada LPPM ULM atas dukungan dana yang memungkinkan terlaksananya program pengabdian masyarakat ini dengan baik.

## E. DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, W. M. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digita. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*, 1(1).

Damis, S., & Harun, H. (2024). Peningkatan Pendapatan Usaha Umkm Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 325–331.

Destiani, T., Arbarini, M., & Shofwan, I. (2023). Pendekatan Andragogi dalam Pembelajaran seTARA Daring pada Program Pendidikan Kesetaraan. *Jendela PLS*, 8(1), 32–44. <https://doi.org/10.37058/jpls.v8i1.7093>

Ensiklopedia Dunia. (n.d.). *Maringgit, Batang Alai Utara, Hulu Sungai Tengah*. [https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Maringgit,\\_Batang\\_Alai\\_Utara,\\_Hulu\\_Sungai\\_Tengah](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Maringgit,_Batang_Alai_Utara,_Hulu_Sungai_Tengah)

Firdaus, F. (2023). Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman. *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(02), 39–54. <https://doi.org/10.55799/tawazun.v11i02.322>

Hidayatullah, F. A., & Suminar, T. (2019). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Candi Plaosan Melalui Program Desa Wisata Untuk Kemandirian. *Lifelong Education Journal*, 1(1), 1–11.

Irvan, M., Oseany, R. L., Safitri, L., Faradiba, D., Muhaimin, M. A., Rahmat, N., Mulyo, P., & Laila, A. (2024). *Pendampingan Sertifikasi Halal dan Pelatihan Desain Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM di Kelurahan Rejomulyo*. 308–317.

Kusnadi, I., Nurlenawati, N., & Yani, D. (2022). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM Saung Tutut Tegalsawah di Kota Karawang. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(3), 306–310. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i3.1929>

Muhammad Hasyim Ashari, & Firdaus Intania. (2022). Peningkatan Nilai Tambah

- Komoditas Labu Madu (Butternut Squash) Menjadi Keripik Labu Madu. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 165–172. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.838>
- Nur Ainun Siregar, Lidia Nova Lista, Fajar Daniel Samosir, & Purnama Ramadani Silalahi. (2023). Dampak Penggunaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Pada Umkm Di Laut Dendang Kec. Percut Sei Tuan. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(1), 121–130. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i1.707>
- Perdana, S., Hidayat, E. N., & Humaedi, S. (2016). Efektivitas Program Kemitraan Pt. Kai Daop 2 Bandung Dalam Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 1–8. <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i2.13692>
- Purborini, V. S., & Harsanty, T. D. (2024). Sosialisasi Pentingnya Sertifikasi Halal pada Program Self Declare untuk Berkembangnya Bisnis Bidang Makanan dan Minuman di Kecamatan Jaten Kabupaten .... *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada ...*, 4(1), 157–164. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i1.2763>
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>
- Silaen, K., Silaen, L. E. B. M., & Parhusip, A. (2024). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Lokal Diera Online. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 2(3), 1072–1079.
- Sulastini, S., Surya, A., Husnurrofiq, H., Rahayu, A., & Renaldi, M. (2024). Pelatihan Manajemen Pemasaran Digital Pendaftaran Merek Dan Sertifikat Halal Produk Makanan UMKM Di Lingkungan Kelurahan Telaga Biru Kota Banjarmasin. *Tekso: Jurnal Pengabdian Teknik, Ekonomi dan Sosial*, 1(1), 1–6.
- Suleman, D., Imelda Sari, Taat Kuspriyono, & Dedi Suharyadi. (2021). Pelatihan Trik Pemasaran Dengan Meningkatkan Pendapatan Melalui Media Sosial. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 85–91. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v1i2.92>
- Widyayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Dengan Aplikasi Gojek Fitur Gofood Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kuliner Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(1), 80–95. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i1.249>
- Yani Sya'banniah, N., Shafiyah Rahmatul Umma, S., Andriani, I., Fachmi Ramadhan, M., & Yuningsih, E. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing dan Branding Produk pada UMKM Kerupuk Desa Bambang Sukabumi. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 413–419. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1287>