

Pemberdayaan Ekonomi Desa Wadeng Melalui Pelatihan Keterampilan Produktif

Niswatin Mubarriroh¹⁾, Anna Putri Syafitri²⁾, Zumrotun Nazia³⁾, Novie Andriani Zakariya⁴⁾

^{1,2,3,4} Universitas Sunan Gresik, Indonesia

Email: n.mubarriroh@lecturer.usg.ac.id¹, ap.syafitri@lecturer.usg.ac.id², z.nazia@lecturer.usg.ac.id³, na.zakariya@lecturer.usg.ac.id⁴

Abstract: *This community service activity aimed to strengthen women-led micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Wadeng Village, Sidayu District, Gresik Regency, through socialization on ShopeeFood marketplace utilization and halal certification assistance. The participants were women entrepreneurs from the Bunda Puspa business group, which had previously received district-level assistance in 2025. The activity was conducted on June 2, 2026, at Wadeng Village Hall using a participatory community development approach through coordination, needs identification, material delivery, discussion, and initial halal certification form assistance. The results showed that participants had limited experience using digital marketplaces, as only one participant had an active Shopee or marketplace account. Participants also showed high interest in halal certification, particularly regarding ingredients, production processes, and administrative requirements. With the support of LP3H Universitas Sunan Gresik, all attending participants were assisted in completing initial halal certification forms.*

Abstrak : *Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat UMKM perempuan di Desa Wadeng, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, melalui sosialisasi pemanfaatan marketplace ShopeeFood dan pendampingan sertifikasi halal. Peserta kegiatan adalah ibu-ibu pelaku UMKM kelompok usaha Bunda Puspa yang sebelumnya pernah memperoleh binaan dari kabupaten pada tahun 2025. Kegiatan dilaksanakan pada 2 Juni 2026 di Balai Desa Wadeng dengan pendekatan community development partisipatif melalui koordinasi, identifikasi kebutuhan, penyampaian materi, diskusi, dan pendampingan awal pengisian formulir sertifikasi halal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan marketplace oleh peserta masih rendah karena hanya satu peserta yang telah memiliki akun Shopee atau marketplace. Peserta juga menunjukkan minat tinggi terhadap sertifikasi halal, terutama terkait bahan baku, proses produksi, dan kelengkapan administrasi. Melalui dukungan LP3H Universitas Sunan Gresik, seluruh peserta yang hadir didampingi dalam pengisian formulir awal sertifikasi halal.*

Keywords : *Women MSMEs; ShopeeFood; Halal Certification; Digital Marketing; Community Empowerment*

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi desa merupakan bagian penting dari pembangunan yang berorientasi pada peningkatan kapasitas, kemandirian, dan kesejahteraan keluarga. Desa tidak hanya dipahami sebagai wilayah administratif, tetapi juga sebagai ruang sosial-ekonomi yang memiliki potensi lokal untuk dikembangkan melalui keterampilan produktif, penguatan kelompok, dan pemanfaatan teknologi. Dalam konteks Kampung Keluarga Berkualitas, keluarga ditempatkan sebagai unit utama pembangunan

sehingga penguatan ekonomi rumah tangga perlu diarahkan pada peningkatan kapasitas, partisipasi, dan keberlanjutan usaha (Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, 2021; Malik et al., 2025).

Desa Wadeng, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal, terutama pada sektor usaha rumah tangga dan produk berbasis pangan. Hasil pemetaan awal kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa masyarakat memiliki peluang untuk mengembangkan usaha melalui pengolahan produk, penguatan kemasan, legalitas usaha, sertifikasi halal, dan pemasaran digital. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya berkembang karena pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan dalam literasi usaha, pemanfaatan teknologi, administrasi produk, serta akses pasar yang lebih luas.

Kelompok usaha perempuan Bunda Puspa menjadi mitra utama dalam kegiatan ini. Kelompok tersebut beranggotakan ibu-ibu pelaku UMKM Desa Wadeng dan pernah memperoleh pembinaan dari tingkat kabupaten pada tahun 2025. Pengalaman pembinaan tersebut menjadi modal awal yang baik, tetapi hasil diskusi menunjukkan bahwa pengembangan usaha masih memerlukan pendampingan lanjutan. Pada aspek pemasaran digital, dari peserta yang hadir hanya satu orang yang telah memiliki akun Shopee atau *marketplace*. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara peluang pasar digital dengan kesiapan pelaku UMKM dalam mengakses dan mengelola *platform* pemasaran.

Perkembangan teknologi digital mengubah cara pelaku usaha kecil menjangkau konsumen. Pemasaran tidak lagi hanya mengandalkan penjualan langsung, titip jual, atau jaringan tetangga, tetapi juga dapat dilakukan melalui media sosial, katalog digital, *marketplace*, dan layanan pesan-antar makanan. Berbagai kegiatan pengabdian terbaru menunjukkan bahwa *digital marketing* dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, memperkuat interaksi dengan konsumen, dan membantu pelaku UMKM mengelola promosi secara lebih terarah (Andriani & Aminah, 2024; Satria et al., 2025; Wijaya, 2025). Dalam konteks UMKM kuliner, *marketplace* seperti GoFood dan ShopeeFood juga dapat menjadi saluran pemasaran yang relevan apabila pelaku usaha memiliki kesiapan produk, foto menu, harga, jam layanan, dan pengelolaan pesanan yang baik (Iwan et al., 2026).

Selain pemasaran digital, sertifikasi halal menjadi isu penting bagi UMKM pangan. Sertifikasi halal bukan hanya berkaitan dengan kewajiban administratif, tetapi juga menjadi instrumen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Pendampingan sertifikasi halal pada UMKM menunjukkan bahwa pelaku usaha masih membutuhkan edukasi mengenai Nomor Induk Berusaha, bahan baku, proses produksi halal, pengisian dokumen Sistem Jaminan Produk Halal, serta pemahaman terhadap skema *self declare* (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2024; Fathurohim & Mulyah, 2024; Ilham, 2022). Urgensi ini semakin kuat karena penyelenggaraan jaminan produk halal telah diatur dalam kebijakan nasional dan menuntut kesiapan pelaku usaha pangan untuk

menata dokumen, proses produksi, dan informasi produk secara lebih tertib (Kementerian Investasi/BKPM, 2025; Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan dua materi utama, yaitu implementasi *marketplace* ShopeeFood sebagai strategi pengembangan kelompok usaha perempuan di Desa Wadeng, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, dan sertifikasi halal sebagai upaya penguatan UMKM dalam pemberdayaan ekonomi desa. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman peserta mengenai peluang pemasaran digital, kesiapan produk sebelum masuk *marketplace*, pentingnya legalitas dan sertifikasi halal, serta kebutuhan pendampingan bertahap bagi kelompok usaha Bunda Puspa. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan menjadi tahap awal penguatan kapasitas UMKM perempuan desa yang lebih adaptif terhadap perkembangan pasar digital dan tuntutan jaminan kehalalan produk (Gunawan et al., 2022; Juhariah et al., 2023).

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 2 Juni 2026 di Balai Desa Wadeng, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. Mitra sasaran kegiatan adalah ibu-ibu pelaku UMKM yang tergabung dalam kelompok usaha Bunda Puspa. Kelompok ini dipilih karena memiliki potensi sebagai penggerak ekonomi keluarga dan telah memiliki pengalaman pembinaan sebelumnya dari tingkat kabupaten pada tahun 2025. Dengan demikian, kegiatan pengabdian diarahkan bukan hanya untuk memberikan informasi baru, tetapi juga memperkuat kapasitas kelompok agar mampu melanjutkan proses pengembangan usaha secara mandiri.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *community development* partisipatif dengan penguatan aset lokal. Pendekatan ini menempatkan peserta sebagai subjek kegiatan, bukan sekadar penerima materi. Tim pengabdian berperan sebagai fasilitator yang membantu peserta mengenali masalah usaha, peluang pasar, kesiapan produk, dan kebutuhan pendampingan lanjutan. Secara teknis, kegiatan dilakukan melalui koordinasi awal dengan pemerintah desa, identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi, sosialisasi, diskusi interaktif, dan perumusan rencana tindak lanjut.

Materi pertama berfokus pada implementasi *marketplace* ShopeeFood sebagai strategi pengembangan kelompok usaha perempuan. Pokok bahasan meliputi pengenalan *marketplace* kuliner, kesiapan produk sebelum masuk *platform* digital, foto menu, penentuan harga, pembagian peran admin, dan pengelolaan pesanan. Pengenalan alur pendaftaran *merchant* dan penggunaan akun disesuaikan dengan informasi resmi Pusat Bantuan Shopee Indonesia (Shopee Indonesia, n.d.).

Materi kedua berfokus pada sertifikasi halal sebagai upaya penguatan UMKM dalam pemberdayaan ekonomi desa. Kegiatan tidak hanya berbentuk penyampaian informasi, tetapi juga dilanjutkan dengan pendampingan awal pengisian formulir pendaftaran sertifikasi halal bagi seluruh

peserta yang hadir. Pendampingan ini dimungkinkan karena Universitas Sunan Gresik memiliki Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H), sehingga peserta memperoleh akses yang lebih mudah untuk memahami persyaratan, alur, dan dokumen awal yang diperlukan. Pokok bahasan meliputi urgensi sertifikasi halal bagi produk pangan UMKM, pengenalan titik kritis kehalalan bahan, ketertelusuran bahan baku, dokumen dasar, serta teknis pengajuan sertifikasi halal.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi partisipatif, respons peserta saat diskusi, pertanyaan yang muncul, keterlibatan peserta dalam pengisian formulir awal sertifikasi halal, dan catatan tindak lanjut. Indikator keberhasilan awal dilihat dari keaktifan peserta dalam bertanya, kemampuan peserta mengidentifikasi kebutuhan usaha, kesadaran terhadap pentingnya pemasaran digital, serta meningkatnya perhatian terhadap sertifikasi halal. Karena kegiatan ini merupakan tahap sosialisasi dan pendampingan awal, evaluasi belum diarahkan pada pengukuran kuantitatif perubahan perilaku usaha, tetapi pada pemetaan kesiapan, kebutuhan, dan rekomendasi pendampingan lanjutan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Tahap	Kegiatan	Tujuan
Koordinasi awal	Koordinasi dengan pemerintah desa dan mitra Bunda Puspa	Memastikan kesesuaian program dengan kebutuhan kelompok usaha perempuan desa
Identifikasi kebutuhan	Pemetaan awal masalah pemasaran digital dan legalitas halal	Menentukan fokus materi yang paling relevan bagi peserta
Sosialisasi materi 1	Implementasi <i>marketplace</i> ShopeeFood untuk UMKM kuliner	Mengenalkan peluang pasar digital dan kesiapan produk masuk <i>marketplace</i>
Sosialisasi materi 2	Sertifikasi halal sebagai penguatan UMKM pangan dan pendampingan formulir awal	Meningkatkan pemahaman peserta tentang halal, titik kritis bahan, dokumen dasar, dan alur pendaftaran
Diskusi interaktif	Tanya jawab terkait marketplace, bahan halal, dokumen, dan teknis sertifikasi	Menggali respons peserta serta kebutuhan pendampingan lanjutan
Tindak lanjut	Pendampingan awal pendaftaran sertifikasi halal dan rekomendasi penguatan marketplace	Merumuskan langkah praktis setelah kegiatan sosialisasi dan pendampingan awal

Sumber tabel: Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian, 2026.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa kelompok usaha Bunda Puspa memiliki modal sosial yang cukup baik untuk dikembangkan sebagai kelompok UMKM perempuan desa. Peserta hadir sebagai ibu-ibu pelaku usaha yang telah mengenal kegiatan pemberdayaan karena kelompok tersebut pernah mendapatkan pembinaan dari tingkat kabupaten pada tahun 2025. Pengalaman pembinaan sebelumnya memberikan dasar bagi peserta untuk menerima materi lanjutan, terutama yang berkaitan dengan pemasaran digital dan sertifikasi halal. Namun, hasil diskusi menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran masih berada pada tahap awal.

Pada sesi *marketplace*, peserta diperkenalkan dengan konsep bahwa *marketplace* kuliner bukan hanya tempat menjual produk, tetapi juga sistem yang menuntut kesiapan usaha. Produk harus memiliki nama yang jelas, foto yang menarik, harga yang dihitung dengan benar, kemasan yang aman, jam layanan yang pasti, dan admin yang mampu merespons pesanan. Dalam diskusi terungkap bahwa dari peserta yang hadir, hanya satu orang yang telah memiliki akun Shopee atau *marketplace*. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi digital kelompok masih perlu diperkuat. Kendala yang muncul bukan semata-mata karena peserta tidak berminat, melainkan karena sebagian peserta belum mengetahui alur pendaftaran, cara menyiapkan foto menu, cara menentukan harga pada *platform*, dan cara mengelola pesanan digital. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan bahwa pemanfaatan *marketplace* makanan memerlukan pendampingan pada tahap pendaftaran, pengunggahan produk, dan optimalisasi promosi digital (Iwan et al., 2026; Wijaya, 2025).

Kondisi tersebut sejalan dengan karakter UMKM perempuan desa yang umumnya berkembang dari usaha rumah tangga. Usaha seperti ini biasanya dimulai dari keterampilan memasak, menerima pesanan sekitar, menjual kepada tetangga, atau titip jual di warung. Model usaha tersebut penting sebagai dasar, tetapi memiliki keterbatasan jangkauan pasar. *Marketplace* kuliner dapat menjadi sarana perluasan pasar, namun penerapannya perlu dilakukan secara bertahap. Pelaku UMKM tidak harus langsung memasukkan semua produk, tetapi dapat memulai dari beberapa produk unggulan yang paling siap diproduksi secara konsisten. Pelatihan *digital marketing* yang kontekstual dan praktis terbukti membantu UMKM memperkuat promosi, visibilitas, dan kesiapan bersaing di pasar digital (Andriani & Aminah, 2024; Satria et al., 2025).

Tabel 2. Kondisi Awal Mitra dan Respons Peserta

Aspek	Kondisi Awal	Respons Peserta	Rekomendasi Tindak Lanjut
Kesiapan <i>marketplace</i>	Sebagian besar peserta belum memiliki akun <i>marketplace</i> ; hanya satu peserta yang telah	Peserta bertanya mengenai cara memulai penggunaan <i>marketplace</i> dan kesiapan produk.	Pendampingan pembuatan akun, foto produk, daftar menu,

Sertifikasi halal	memiliki akun Shopee/ <i>marketplace</i> . Peserta belum sepenuhnya memahami titik kritis halal, dokumen, dan teknis pengajuan sertifikasi halal.	Muncul pertanyaan tentang bahan baku, produk berbahan hewani, proses produksi, kelengkapan dokumen, dan alur pengajuan; seluruh peserta didampingi mengisi formulir awal.	harga, dan pembagian admin pesanan. Klinik dokumen halal, identifikasi bahan, bukti asal bahan, pendampingan pengajuan sertifikasi, dan tindak lanjut melalui LP3H Universitas Sunan Gresik.
Penguatan kelompok	Kelompok Bunda Puspa telah memiliki pengalaman pembinaan kabupaten tahun 2025, tetapi masih membutuhkan penguatan lanjutan.	Peserta menunjukkan minat terhadap pengembangan usaha dan pemasaran digital.	Pembagian peran produksi, pengemasan, keuangan, pemasaran, dan dokumentasi.
Keberlanjutan usaha	Usaha masih perlu diarahkan pada produk unggulan dan pengelolaan yang lebih tertib.	Peserta merespons positif materi yang dekat dengan kebutuhan usaha.	Penyusunan rencana tindak lanjut berbasis produk prioritas dan evaluasi rutin kelompok.

Sumber tabel: Hasil observasi, diskusi, dan catatan kegiatan pengabdian, 2026.

Materi ShopeeFood juga menekankan bahwa digitalisasi usaha tidak dapat dipisahkan dari kesiapan manajemen kelompok. Apabila pesanan berasal dari *platform* digital, kelompok perlu menentukan siapa yang menerima pesanan, siapa yang memproduksi, siapa yang mengemas, siapa yang mengantar atau berkoordinasi dengan kurir, dan siapa yang mencatat transaksi. Tanpa pembagian peran, peluang pasar digital berisiko tidak terkelola dengan baik. Oleh sebab itu, strategi *marketplace* perlu dihubungkan dengan penguatan kelompok usaha perempuan, bukan hanya kemampuan individu menggunakan aplikasi. Penguatan strategi pemasaran digital UMKM kuliner juga perlu diikuti dengan perbaikan konten promosi, pengelolaan media sosial, dan konsistensi layanan (Hakim et al., 2025; Yusuf et al., 2022).

Pada sesi sertifikasi halal, peserta menunjukkan respons yang sangat aktif. Pertanyaan yang muncul mencakup bahan baku, sumber bahan, penggunaan alat produksi, kebersihan proses, kelengkapan dokumen, dan teknis pengajuan sertifikasi halal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan penjelasan yang praktis dan kontekstual karena produk pangan rumahan memiliki variasi bahan dan proses yang berbeda-beda. Dalam sosialisasi disampaikan bahwa produk pangan dapat diarahkan untuk sertifikasi halal sepanjang bahan, proses, tempat, alat produksi, dan

dokumen pendukung dapat ditelusuri dengan baik (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, 2024; Ilham, 2022).

Kegiatan sertifikasi halal juga dilanjutkan dengan pendampingan pengisian formulir awal pendaftaran bagi seluruh peserta yang hadir. Melalui keberadaan LP3H Universitas Sunan Gresik, peserta tidak perlu memahami proses secara mandiri, tetapi memperoleh arahan langsung mengenai identitas pelaku usaha, jenis produk, daftar bahan, proses produksi, dan dokumen pendukung. Pendampingan ini menjadi capaian penting karena kegiatan tidak berhenti pada transfer pengetahuan, melainkan mendorong peserta memulai langkah konkret menuju pemenuhan legalitas halal produk UMKM. Pendampingan halal yang intensif diperlukan karena sebagian UMKM masih mengalami kendala dalam penyusunan dokumen, pemahaman alur *self declare*, dan pembuktian proses produk halal (Fathurohim & Muliya, 2024).



Gambar 1. Penyampaian materi sosialisasi kepada kelompok usaha Bunda Puspa Desa Wadeng.
Sumber gambar: Dokumentasi kegiatan pengabdian, 2026.

Hasil kegiatan dapat dipetakan dalam tiga aspek. Pertama, aspek pengetahuan. Peserta memperoleh pemahaman awal mengenai peluang penggunaan *marketplace* kuliner, tahapan kesiapan produk, pentingnya foto menu, dan kebutuhan pengelolaan pesanan. Peserta juga memperoleh pemahaman awal mengenai urgensi sertifikasi halal, titik kritis produk pangan, dokumen dasar, dan alur pengajuan sertifikasi halal. Kedua, aspek sikap. Peserta menunjukkan minat untuk mengetahui lebih lanjut tentang pembuatan akun *marketplace* dan proses sertifikasi halal. Hal ini terlihat dari pertanyaan yang muncul selama diskusi. Ketiga, aspek tindak lanjut. Seluruh peserta yang hadir didampingi dalam

pengisian formulir awal pendaftaran sertifikasi halal melalui dukungan LP3H Universitas Sunan Gresik. Selain itu, kegiatan menghasilkan rekomendasi agar kelompok Bunda Puspa didampingi secara bertahap dalam penyusunan data produk, foto menu, label sederhana, dokumen bahan, dan penguatan administrasi kelompok.



Gambar 2. Sambutan Kepala Desa Wadeng dalam kegiatan pengabdian masyarakat.
Sumber gambar: Dokumentasi kegiatan pengabdian, 2026.

Kegiatan ini juga memperkuat peran perguruan tinggi dalam mendampingi masyarakat desa. Tim pengabdian tidak hanya menyampaikan materi, tetapi juga menghubungkan kebutuhan lapangan dengan luaran praktis berupa buku panduan pemberdayaan UMKM perempuan desa. Buku panduan tersebut disusun agar dapat digunakan oleh pelaku UMKM, kader, pendamping, perangkat desa, mahasiswa, dan dosen dalam kegiatan pendampingan. Dengan adanya buku panduan, kegiatan sosialisasi tidak berhenti sebagai pertemuan satu kali, tetapi memiliki bahan rujukan yang dapat dibaca kembali dan dikembangkan dalam kegiatan lanjutan.

Temuan kegiatan menunjukkan bahwa kebutuhan utama kelompok Bunda Puspa bukan hanya pelatihan teknis produksi, tetapi juga penguatan ekosistem usaha. Ekosistem tersebut mencakup kesiapan produk, legalitas, pemasaran, manajemen kelompok, dan pendampingan berkelanjutan. Dalam konteks pemberdayaan, keberhasilan program tidak cukup diukur dari terselenggaranya kegiatan sosialisasi, tetapi dari kemampuan kelompok memahami masalah usaha dan menyusun langkah lanjutan. Oleh karena itu, kegiatan ini dapat dipandang sebagai tahap awal penguatan kapasitas yang perlu diikuti dengan pendampingan teknis. Pendampingan yang adaptif penting bagi UMKM perempuan karena

keberhasilan digitalisasi usaha dipengaruhi oleh literasi digital, ketersediaan perangkat, dan dukungan berkelanjutan (Malik et al., 2025).

Rendahnya penggunaan *marketplace* pada peserta menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar digital dan kesiapan pelaku UMKM desa. *Marketplace* dapat memperluas akses pasar, tetapi pelaku usaha perlu dibekali kemampuan dasar seperti membuat akun, mengunggah produk, menulis deskripsi menu, menentukan harga, membaca ulasan, dan menjaga kualitas layanan. Kesiapan ini perlu dilatih secara praktik, bukan hanya disampaikan melalui ceramah. Pendampingan berbasis praktik akan membantu peserta mengalami langsung proses digitalisasi usaha. Kegiatan pengabdian sejenis menunjukkan bahwa penggunaan *marketplace* dan *digital marketing* akan lebih efektif apabila disertai praktik langsung, dukungan teknis, dan pemantauan setelah pelatihan (Andriani & Aminah, 2024; Iwan et al., 2026).

Sementara itu, respons peserta terhadap sertifikasi halal menunjukkan bahwa aspek halal dekat dengan kebutuhan nyata UMKM pangan. Beragam pertanyaan peserta memperlihatkan bahwa pelaku usaha membutuhkan penjelasan kontekstual, tidak hanya terkait bahan hewani, tetapi juga bahan baku, proses produksi, alat, kebersihan, dokumen, dan alur pengajuan. Pendampingan halal yang dilakukan melalui LP3H Universitas Sunan Gresik perlu dilanjutkan melalui pemetaan produk peserta, daftar bahan, asal bahan, proses produksi, alat yang digunakan, dan dokumen pendukung. Dengan cara ini, sertifikasi halal tidak dipahami sebagai beban administratif, tetapi sebagai proses pembenahan usaha yang memperkuat kepercayaan konsumen. Pengalaman pendampingan sertifikasi halal pada UMKM juga menunjukkan bahwa edukasi dan verifikasi dokumen menjadi faktor penting agar pelaku usaha memahami standar halal secara lebih operasional (Fathurohim & Mulyah, 2024; Ilham, 2022).

Kegiatan ini juga mengindikasikan pentingnya integrasi antara *marketplace* dan sertifikasi halal. Produk yang masuk pasar digital akan dilihat oleh konsumen yang lebih luas, sehingga informasi produk, komposisi, label, kebersihan, dan kehalalan menjadi lebih penting. Sebaliknya, sertifikasi halal akan lebih bermakna apabila didukung oleh strategi pemasaran yang membuat produk dikenal dan dibeli. Oleh karena itu, penguatan UMKM perempuan desa perlu dilakukan secara terpadu antara legalitas, kualitas produk, *branding*, dan pemasaran digital. Integrasi pemasaran dan sertifikasi halal juga relevan dengan kegiatan pemberdayaan perempuan yang menempatkan legalitas, promosi, dan kepercayaan konsumen sebagai bagian dari peningkatan daya saing UMKM (Juhariah et al., 2023; Wijaya, 2025).

Dengan mempertimbangkan kondisi mitra, rencana tindak lanjut yang paling realistis adalah pendampingan bertahap. Tahap pertama adalah memilih produk yang paling siap dipasarkan. Tahap kedua adalah memperbaiki label dan foto produk. Tahap ketiga adalah membuat katalog sederhana melalui *WhatsApp Business*. Tahap keempat adalah mempersiapkan akun *marketplace* kuliner bagi

produk yang sesuai. Tahap kelima adalah melakukan klinik dokumen halal untuk produk yang memenuhi kriteria. Tahap keenam adalah melakukan evaluasi bulanan melalui kelompok Bunda Puspa. Pendampingan bertahap ini penting agar peserta tidak merasa terbebani dan kelompok dapat bergerak sesuai kapasitas yang dimiliki. Pola pelatihan yang praktik, bertahap, dan dekat dengan kebutuhan peserta dinilai lebih efektif dalam meningkatkan literasi pemasaran digital UMKM (Gunawan et al., 2022; Satria et al., 2025).



Gambar 3. Foto bersama Kepala Desa Wadeng, tim pengabdian, kelompok usaha Bunda Puspa dan mahasiswa setelah kegiatan sosialisasi.

Sumber gambar: Dokumentasi kegiatan pengabdian, 2026.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kelompok usaha Bunda Puspa Desa Wadeng menunjukkan bahwa UMKM perempuan desa memiliki potensi untuk dikembangkan melalui penguatan pemasaran digital dan sertifikasi halal. Sosialisasi yang dilaksanakan pada 2 Juni 2026 dengan dua materi utama, yaitu implementasi *marketplace* *ShopeeFood* dan sertifikasi halal, mampu menggali kebutuhan awal peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kesiapan *marketplace* masih terbatas karena hanya satu peserta yang telah memiliki akun *Shopee* atau *marketplace*. Di sisi lain, minat peserta terhadap sertifikasi halal cukup tinggi, terlihat dari beragam pertanyaan mengenai bahan baku, proses produksi, dokumen pendukung, teknis pengajuan, serta titik kritis bahan hewani seperti hati, ampela, usus, dan produk berbasis daging. Kegiatan ini memberikan kontribusi awal berupa peningkatan

pemahaman peserta tentang pentingnya kesiapan produk sebelum masuk *marketplace*, penyusunan foto menu, pengemasan, pembagian peran admin pesanan, serta pentingnya dokumen dan ketertelusuran bahan dalam proses sertifikasi halal. Kegiatan juga menghasilkan tindak lanjut praktis berupa pendampingan pengisian formulir awal pendaftaran sertifikasi halal bagi seluruh peserta yang hadir melalui dukungan LP3H Universitas Sunan Gresik. Oleh karena itu, pengabdian ini tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan sosialisasi, tetapi juga menjadi tahap awal pendampingan legalitas dan digitalisasi usaha yang perlu dilanjutkan secara bertahap.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Sunan Gresik, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sunan Gresik, Pemerintah Desa Wadeng Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik, Kepala Desa Wadeng, kelompok usaha perempuan Bunda Puspa, mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan, serta seluruh pihak yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R., & Aminah, S. (2024). Peran digital marketing dalam meningkatkan UMKM di Kelurahan Wonorejo Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 4498-4503. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.2499>
- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. (2021). *Pedoman umum Kampung Keluarga Berkualitas*. BKKBN.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2024). *Panduan sertifikasi halal produk usaha mikro dan kecil melalui skema self declare*. BPJPH.
- Fathurohim, F., & Muliya, P. (2024). Pendampingan sertifikasi halal self declare pada usaha mikro, kecil dan menengah Kecamatan Kedungreja Cilacap: Assistance in halal self declare certification for micro, small and medium enterprises Kedungreja Cilacap District. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(7), 1297-1306. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i7.6992>
- Gunawan, J., Salsabila, A. T., Nisa, K., & Azizah, N. (2022). Sosialisasi pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM di Kelurahan Tegalsari. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 146-150. <https://doi.org/10.29303/jppm.v5i2.3543>
- Hakim, M., Abdillah, K., Sitinjak, G., & Prasetyoningtyas, A. (2025). Strategi pemasaran digital UMKM kuliner di era media sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 5(5). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i5.2058>
- Ilham, B. U. (2022). Pendampingan sertifikasi halal self declare pada usaha mikro dan kecil binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu Sulawesi Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al*

Azhar Indonesia, 5(1). <https://doi.org/10.36722/jpm.v5i1.1753>

- Iwan, A., Nugroho, M. E., Ariyanto, A., Mahardika, A., & Yulianda, H. (2026). Implementasi marketplace GoFood dan ShopeeFood untuk peningkatan penjualan UMKM di Desa Kemuning untuk pemberdayaan masyarakat mandiri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 7(1), 1136-1144. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/8113>
- Juhariah, J., Triatmaja, N. A., Santi, D. M. T., Sari, N., Setianingsih, P. R., Warsiti, W., Umam, A. K., Toro, B., Ma'arif, R. F., Rahmad, D., Berllind, J. Y., & Nugroho, I. F. (2023). Pemberdayaan perempuan untuk meningkatkan UMKM melalui pemasaran dan sertifikasi halal di Desa Jombang. *Krida Cendekia*, 2(3). <https://kridacendekia.com/index.php/jkc/article/view/145>
- Kementerian Investasi/BKPM. (2025). *Panduan perizinan berusaha berbasis risiko melalui sistem OSS*. Kementerian Investasi/BKPM.
- Malik, A., Hendriyadi, Hanif, Mukri, M., Asriani, & Satria, F. (2025). Pemberdayaan UMKM perempuan melalui digital marketing. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 149-159. <https://doi.org/10.31960/caradde.v8i1.3011>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk meningkatkan nilai jual produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1066-1078. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2360>
- Shopee Indonesia. (n.d.). *Bagaimana cara mendaftar menjadi merchant ShopeePay/ShopeeFood melalui aplikasi Shopee Partner?* Pusat Bantuan Shopee. Retrieved June 17, 2026.
- Wijaya, M. C. (2025). Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital bagi UMKM di Kelurahan Cibaduyut Wetan Bandung. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 731-740. <https://doi.org/10.35912/yumary.v5i4.4079>
- Yusuf, M., Basmar, N. A., Baruch, M. A.-S., Suci, N. A. C. D., & Wulandari, R. (2022). Kegiatan sosialisasi digital marketing pelaku UMKM untuk memberdayakan ekonomi masyarakat. *Surya Abdimas*, 7(1), 34-42. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i1.2208>