



Peningkatan Nilai Produk Melalui Perijinan PIRT, Sertifikasi Halal, dan Digital Marketing pada Produk Usaha Mahasiswa STIE Gentiaras

Increasing Product Value Through PIRT Licensing, Halal Certification, and Digital Marketing for STIE Gentiaras Student Business Products

Fanny Sumaedi Rabianto , Maria Kristiningsih

STIE Gentiaras, Indonesia

Jl. Purnawirawan Raya No.14, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung 35148

Korespondensi penulis : sumaedi1408@gmail.com

Article History:

Naskah masuk: Juli 12, 2025;

Revisi: Juli 28, 2025;

Diterima: August 27, 2025;

Terbit: August 28, 2025;

Keywords: Digital Marketing;
PIRT; Halal Certification; STIE
Gentiaras Student Products

Abstract: The high consumer interest in food makes culinary businesses play a crucial role in meeting consumer purchasing interest in culinary. This is a crucial concern and task for all parties, both the government and food producers, to maintain the safety of the food they produce. Both in terms of nutrition, hygiene, safety, halal certification, and so on must be a serious concern for producers. One of the government's programs to ensure food products are safe for public consumption is by issuing distribution permits in the form of PIRT (home industry food) permits and Halal Certification, which are official guarantees from the government, so that food products can be distributed and are safe for consumption by all consumers. PIRT is issued through a supervisory body, namely the Health Office located in a Regency. Along with this, various opportunities to improve marketing performance arise through the marketplace platform. This community service approach uses an empowerment approach to the benefits of PIRT, Halal Certification and digital marketing through the marketplace platform to increase consumer trust in products and marketing performance. Through this service, the product value increases, by obtaining PIRT permits and Halal Certification, and the STIE Gentiaras student product has a wider marketing reach through the marketplace platform.

Abstrak

Tingginya minat konsumen terhadap pangan, menjadikan pelaku usaha kuliner berperan penting dalam memenuhi minat beli konsumen terhadap kuliner. Hal ini menjadi perhatian dan tugas penting bagi seluruh pihak, baik pemerintah maupun produsen makanan untuk menjaga keamanan pangan yang diproduksinya. baik dari segi gizi, kebersihan, keamanan, kehalalan dan lain sebagainya wajib menjadi perhatian serius bagi produsen. Salah satu program pemerintah dalam menjamin produk makanan aman untuk dikonsumsi masyarakat adalah dengan mengeluarkan izin edar berupa izin PIRT (pangan industri rumah tangga) dan Sertifikasi Halal yang merupakan jaminan resmi dari pemerintah, agar produk makanan dapat beredar dan aman dikonsumsi bagi seluruh konsumen. PIRT dikeluarkan melalui badan pengawas yaitu Dinas Kesehatan yang terdapat di suatu Kabupaten. Seiring dengan hal tersebut, berbagai peluang untuk melakukan peningkatan kinerja pemasaran muncul melalui platform marketplace. Pengabdian ini melakukan pendekatan pemberdayaan manfaat PIRT, Sertifikasi Halal dan digital marketing melalui platform marketplace untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan kinerja pemasaran. Melalui pengabdian ini terjadi peningkatan nilai produk, dengan memperoleh izin PIRT dan Sertifikasi Halal serta produk mahasiswa STIE Gentiaras jangkauan pemasarannya menjadi lebih luas dengan menggunakan platform *marketplace*.

Kata kunci: Digital Marketing; PIRT; Sertifikasi Halal; Produk Mahasiswa STIE Gentiaras

1. PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang mengalami perkembangan pesat dan memiliki peluang besar untuk dijalankan adalah bisnis kuliner. Berbagai bahan pangan yang berasal dari sumberdaya alam yang sudah diolah maupun yang belum diolah dan digunakan untuk mencukupi kebutuhan konsumsi manusia. Tingginya kebutuhan konsumen menjadikan pelaku usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang bergerak dalam bidang ini berperan penting dan menjadi tulang punggung perekonomian nasional Indonesia.

Menurut data dari Disnaker Perinkop UKM pada tahun 2023 kota Bandar Lampung memiliki potensi UMKM sebanyak 11.848 (Disnakerperinkopukm, 2023), data tersebut termasuk juga jumlah UMKM di kalangan mahasiswa Bandar Lampung. Salah satu produk UMKM mahasiswa di Bandar Lampung khususnya mahasiswa STIE Gentiaras adalah produk makanan kue bangkit, bakpia, keripik tempe, ayam geprek, kopi Veskop, kerajinan tangan seperti gelang dan cincin dari manik-manik, serta gantungan berbahan kain flannel.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, mayoritas produk usaha mahasiswa STIE Gentiaras masih belum ada yang memiliki PIRT maupun sertifikasi halal produk untuk bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal jika dikembangkan produk usaha mahasiswa tersebut memiliki potensi yang bagus selain menjadi produk unggulan mahasiswa STIE Gentiaras yang merupakan sekolah tinggi berbasis ilmu ekonomi, juga memiliki banyak peluang bagus untuk berkembang bagi mahasiswa sendiri. Beberapa permasalahan yang dihadapi mahasiswa untuk menghasilkan produk yang memiliki daya saing adalah bentuk kemasan produk yang menarik, adanya jaminan keamanan produk seperti perijinan PIRT, jaminan produk halal, maupun penjualan daring melalui *platform marketplace* yang ada.

Rendahnya literasi mengenai manajemen usaha dari produksi sampai penjualan menjadi kendala dalam mengakses pasar yang lebih luas (Pujiono et al., 2018). Tata kelola industri yang belum baik, pemanfaatan teknologi belum optimal, pemasaran yang masih tradisional juga menjadi kendala lainnya (Ardila et al., 2020). Sehingga perlu dilakukan kegiatan pendampingan dan pembinaan bagi mahasiswa tersebut guna meningkatkan mutu produknya, untuk keberlangsungan bisnis yang dimiliki. Teknologi tepat guna yang langsung dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha di lingkungan mahasiswa, adalah terkait dengan perijinan PIRT, teknologi produksi yang halal, pengemasan dan pemasaran produk melalui platform marketplace agar lebih efektif dan efisien. Pendampingan ini diberikan oleh mahasiswa yang produk usahanya sudah memiliki perijinan PIRT, teknologi produksi yang halal, pengemasan dan pemasaran produk melalui platform marketplace.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pendidikan dan pendampingan masyarakat, seperti: a) Sosialisasi, b) Pendampingan, c) Pelatihan, d) Peningkatan keterampilan dan e) Monitoring dan Evaluasi, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran mahasiswa.

Terkait dengan sosialisasi, tim memberikan pengetahuan dan pemahaman berupa materi-materi yang sesuai dengan permasalahan mahasiswa, yaitu pentingnya legalitas produk layak edar bagi UMKM khususnya surat izin PIRT (pangan industri rumah tangga) dan Sertifikasi Halal. Sosialisasi tersebut menjelaskan mengenai bagaimana agar produksi makanan yang mereka hasilkan terjamin dari segi kualitasnya, mulai dari bahan baku hingga menjadi produk siap konsumsi, kebersihan produksi, keamanan konsumsi serta mampu memperluas jangkauan pemasarannya, yaitu dengan memperoleh izin legalitas layak edar dan mendaftarkannya ke Dinas Kesehatan Kabupaten Kudus untuk mendapat izin PIRT.

Selain memberikan sosialisasi, tim juga melaksanakan pendampingan dengan membantu pengumpulan berkas syarat-syarat pengajuan izin PIRT dan Sertifikasi Halal. Tim juga mendampingi mahasiswa dalam mengikuti prosedur pengurusan izin PIRT diantaranya mahasiswa mengajukan permohonan SPP-IRT ke Bupati/Walikota melalui Unit Pelayanan Terpadu Satu Pintu Dinas Kesehatan. Kemudian mendampingi mahasiswa dalam mengurus sertifikasi halal melalui laman ptsp.halal.go.id dan BPJPH. Setelah itu menunggu Unit Pelayanan Terpadu Satu Pintu menyerahkan SPP-IRT dan BPJPH akan menerbitkan sertifikat halal secara elektronik melalui Sihalal. Kemudian kegiatan pelatihan ke-2 yaitu mengenai praktik *packaging* yang aman sehingga siap untuk di pasarkan di *platform marketplace*. Dengan pelatihan ini, diasumsikan dapat menambah pengetahuan mahasiswa, khususnya tentang dasar-dasar kewirausahaan, target konsumen, dan keterampilan menggunakan platform marketplace, dimana ketrampilan ini berkaitan dengan kemenarikan kemasan produk saat diposting di media sosial.

Kegiatan pengabdian peningkatan nilai produk melalui perijinan PIRT, sertifikasi halal, dan digital marketing pada produk usaha mahasiswa STIE Gentiaras ini dilaksanakan di kampus STIE Gentiaras Bandar Lampung. Kegiatan ini diikuti oleh 30 mahasiswa, diantaranya mahasiswa yang sudah memiliki produk usaha dan mahasiswa yang masih akan memulai usahanya. Kegiatan dilaksanakan pada 17 Oktober 2023 dari pukul 08.00-selesai dan setelah itu para peserta diberikan kesempatan untuk berkonsultasi dengan tim melalui Whatsapp

hingga dua minggu kemudian. Alat yang digunakan yaitu laptop, proyektor, persyaratan pengajuan PIRT dan Sertifikasi Halal. Bahan-bahan yang digunakan yaitu modul pelatihan, sampel produk-produk mahasiswa.

Sosialisasi ditindaklanjuti dengan memberikan pengetahuan terkait pentingnya surat izin PIRT agar produk lebih berkembang serta dikenal luas oleh konsumen tidak hanya di lingkungan kampus STIE Gentiaras, tetapi hingga seluruh provinsi Lampung. Selain itu, sertifikasi halal dalam suatu produk terlebih produk makanan dinilai sangat penting untuk membangun brand image terhadap konsumen. Pendampingan dimulai dari cek kelengkapan berkas administrasi sebagai syarat PIRT dan Sertifikasi Halal dan identitas merek yang akan di daftarkan. Pelatihan ditindaklanjuti dengan praktik membuat kemasan melalui aplikasi Canva. Hal ini dilakukan karena produk makanan mahasiswa akan dipasarkan melalui platform marketplace, sehingga harus memiliki desain yang menarik. Peningkatan ketrampilan dalam penguasaan teknologi tepat guna dilakukan dengan praktik menggunakan marketplace Instagram mulai dari penawaran produk hingga promosi produk di marketplace instagram.

Tim pengabdian masyarakat menawarkan solusi dengan memberikan:

- a. Sosialisasi pentingnya legalitas produk layak edar bagi hasil produksi mahasiswa STIE Gentiaras, berupa surat izin PIRT (pangan industri rumah tangga) dan Sertifikasi Halal.
- b. Pendampingan pengurusan surat izin legalitas produk layak edar kepada mahasiswa STIE Gentiaras.
- c. Pelatihan mengenai packaging yang menarik dengan Canva.
- d. Pemanfaatan media platform marketplace sebagai pembaharuan strategi pemasaran.
- e. Peningkatan ketrampilan dalam penguasaan teknologi tepat guna.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mendapat respon yang baik dari mahasiswa STIE Gentiaras yang sudah memiliki produk usaha, maupun mahasiswa yang masih akan memulai usahanya dan ingin belajar. Dibuktikan dengan kehadiran mahasiswa yang cukup banyak, dan dengan penuh antusias mengikuti setiap kegiatan dengan baik. Permasalahan mahasiswa STIE Gentiaras adalah, belum adanya legalitas layak edar bagi produk mereka, yaitu berupa jaminan keamanan pangan dari pemerintah berupa izin PIRT dan Sertifikasi Halal. Selain itu, lingkup proses pemasaran produk mahasiswa yang masih terbatas di lingkungan kampus STIE Gentiaras sangat membatasi produksi, sehingga dapat mengurangi penghasilan mereka. Jika dibiarkan secara terus menerus tentunya akan membuat mahasiswa mengalami

penurunan penjualan yang signifikan. Agar permasalahan tidak menjadi semakin memburuk, perlu dilakukan langkah-langkah penyesuaian dengan kondisi yang terjadi, salah satunya dengan melakukan optimalisasi penjualan menggunakan *digital marketing* dalam hal ini adalah *marketplace* (Arrohimi et al., 2021). Sejalan dengan Hadiwinata et al., (2020) yang menyatakan Beruntunglah kita hidup di dunia serba maju. Salah satu penolong kita adalah internet. Teknologi internet menjadi penolong utama dalam pemasaran produk. Salah satunya ialah dengan kehadiran media sosial. Namun keterbatasan informasi dan kemahiran mahasiswa dalam menggunakan *marketplace*, membuat penjualan dan pemasaran produk usaha mereka terkendala. Kendala yang dimaksudkan adalah kemampuan membuat *packaging* yang menarik untuk dipasarkan melalui platform media sosial seperti instagram.



Gambar 1. Kegiatan sosialisasi pentingnya PIRT dan Sertifikasi Halal

Pentingnya melakukan sosialisasi adalah untuk mengetahui bahwa izin edar, standarisasi produk dan sertifikasi halal ini menjadi perhatian khusus. Hal ini dilakukan sebagai upaya pengembangan kualitas produk usaha mahasiswa STIE Gentiaras. Tujuannya agar produk usaha mahasiswa STIE Gentiaras yang dijual dan di edarkan di masyarakat memenuhi standar dan sudah terjamin dengan memenuhi standar keamanan makanan. Terlebih lagi produk usaha mahasiswa STIE Gentiaras juga dapat diedarkan secara legal sesuai ketentuan yang berlaku di Indonesia. Jika izin edar sudah didapatkan, maka produk usaha mahasiswa STIE Gentiaras ini bisa didistribusikan secara lebih luas, dengan begitu kepercayaan konsumen akan meningkat.

NOMOR REGISTRASI PIRT																
P-IRT	2	0	4	1	8	7	1	0	2	0	0	3	5	-	2	6
• P-IRT: Kode untuk Pangan Industri Rumah Tangga. • 204: Kode untuk Provinsi Lampung. • 187: Kode untuk Kota Bandar Lampung. • 1020035: Kode unik untuk industri rumah tangga tersebut. • 26: Kode tahun penerbitan sertifikat.																

Gambar 2. Kode Nomor Registrasi PIRT

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan oleh Prasetyaningsih et al., (2020) menyatakan bahwa untuk proses P- IRT, agar dapat dilakukan dengan baik, maka perlu diberikan pelatihan atau wawasan tentang pengertian dan manfaat dari P-IRT. PIRT sangat penting bagi usaha mahasiswa untuk jangka panjangnya, dan juga mempunyai keunggulan diantaranya: (1) produk layak jual dan mendapat kepercayaan dari konsumen, (2) keamanan mutu terjamin dan aman di konsumsi, dan (3) produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas di skala nasional. Purnama Sari & Lydia Irena, (2021) menyatakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen ketika hendak membeli suatu produk adalah melihat nilai jual produk. Nilai jual produk ini dipengaruhi oleh PIRT karena konsumen merasa aman membeli produk yang sudah terjamin karena sudah layak diedarkan di pasaran. Ketika mahasiswa menjual produknya baik melalui penitipan di Toko maupun di pasarkan sendiri, konsumen yang jeli akan menanyakan apakah produk olahannya sudah memiliki PIRT.



Gambar 3. Alur Pengajuan P-IRT

Salah satu mahasiswa sudah mempelajari dan berupaya memenuhi persyaratan pengurusan PIRT, seperti ditunjukkan dalam tabel

No	Syarat	Hasil
1	Nama jenis pangan	Ada
2	Nama merek dagang	Ada (Veskop)
3	Jenis kemasan	Ada (cup plastic oval)
4	Netto	Ada (473ml)
5	Komposisi	Ada
6	Tahapan produksi	Ada
7	Tanggal kadaluarsa	On Process
8	Foto kopi KTP	Ada
9	Foto kopi KK	Ada
10	Pas foto 3x4 (2 lembar)	Ada
11	Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU)	On process
12	Denah Lokasi dan Bangunan	Ada

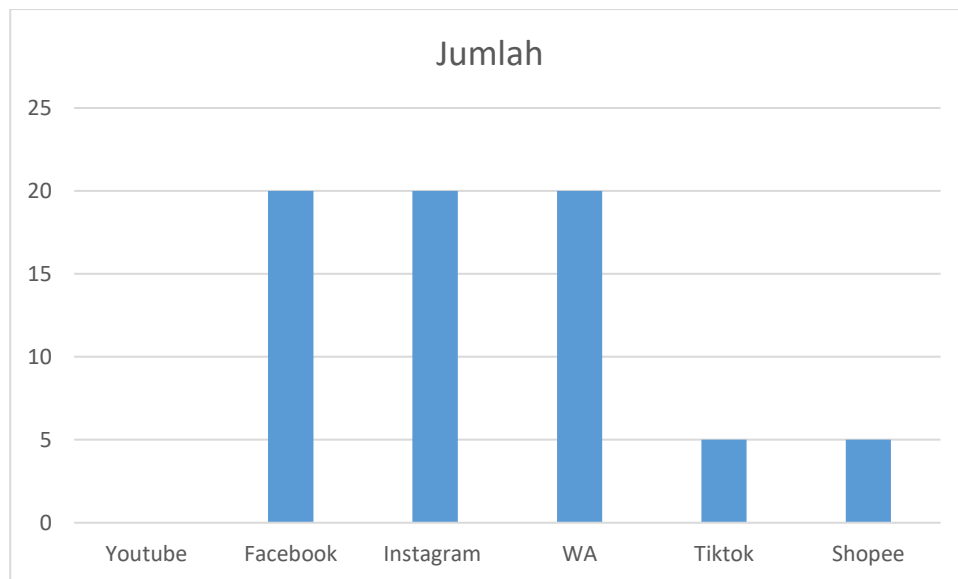
13	Surat Keterangan atau izin usaha dari kelurahan	Ada
14	Rincian modal usaha dari kelurahan setempat	On process
15	Contoh draft label/kemasan	Ada
16	Sampel produk Sirup	Ada
17	Surat Pernyataan kepemilikan badan usaha	Ada

Tabel 1. Kelengkapan data pengajuan PIRT produk mahasiswa STIE Gentiaras

Selanjutnya adalah kegiatan pelatihan praktik membuat *packaging* yang aman sehingga siap untuk di pasarkan di *platform marketplace*, hasilnya mahasiswa menjadi paham tentang pemasaran lewat media sosial.

Gambar 4. kegiatan pelatihan *packaging* dan *platform marketplace*

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa terkait pemahaman mereka tentang pemasaran lewat media social, dihasilkan data seperti tersaji pada Gambar 5.

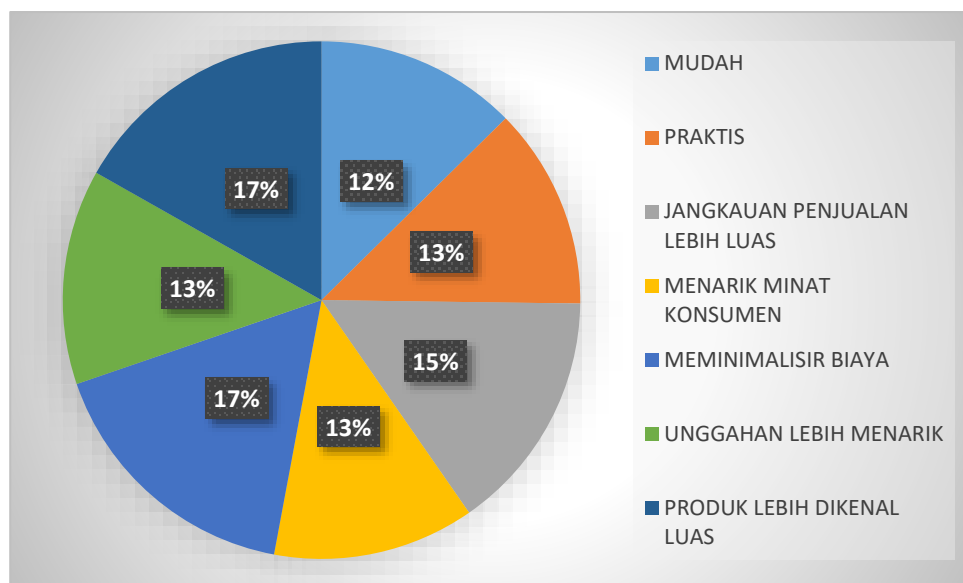


Gambar 5. Jenis Media Sosial yang Digunakan mahasiswa dalam memasarkan produknya

Media sosial yang paling banyak digunakan mahasiswa dalam memasarkan produknya adalah Facebook, Instagram, dan Whatsapp, dilanjutkan tiktok dan shopee. Untuk aplikasi youtube tidak digunakan dalam proses pemasaran, dengan alasan konsumen jarang melihat youtube untuk keperluan pembelian. Sehingga, youtube hanya digunakan sebagai sarana memosting konten-konten produk oleh mahasiswa. Pemahaman mahasiswa terkait pemasaran produk melalui marketplace sangat minim sehingga tidak terjadi peningkatan yang signifikan terhadap penjualan produk mereka. Maka, dengan diadakannya pelatihan ini diharapkan dapat mengedukasi mahasiswa terkait cara mempromosikan produknya melalui media sosial yang sesuai. Salah satu mahasiswa mengatakan "Saya kesulitan menjual produk saya di aplikasi Tiktok dan Shopee karena proses verifikasi yang terlalu merepotkan", ujar Sofie selaku mahasiswa yang memiliki produk kerajinan tangan dari manik-manik. Sehingga tim pengabdian juga memberikan pendampingan berupa cara mendaftar akun shopee dan tiktok (melalui aplikasi/melalui website), mendaftar sebagai penjual atau seller (buka toko, isi informasi toko, unggah foto profil toko, pilih jasa kirim, tambahkan produk, dan verifikasi data diri). Tak hanya itu, tim pengabdian juga mengarahkan mahasiswa agar mengoptimalkan toko, mempelajari ketentuan shopee dan tiktok, mempromosikan toko, dan selalu memantau serta mengelola penjualan dengan konsisten. Walaupun ada 5 mahasiswa yang menggunakan *platform* shopee dan tiktok untuk menjual produknya, namun ternyata mereka belum begitu memahami cara mendapatkan hasil yang optimal. Tidak hanya sekedar mengunggah foto produk lalu ditinggal begitu saja,

harus disajikan dengan menarik terlebih jika di lihat dari *packaging* produk. Sehingga pada saat pengambilan foto untuk kemudian di unggah di Shopee ataupun dibuat konten tiktok tidak di *banned* atau ditolak oleh shopee dan tiktok karena melanggar aturan atau foto tidak sesuai dengan ketentuan shopee dan tiktok.

Pada sesi terakhir bagi mahasiswa yang belum memiliki akun penjualan di shopee dan tiktok, mereka melakukan praktik pendaftaran akun di shopee dan tiktok serta mengoptimalkan toko.



Gambar 6. Pemahaman mahasiswa tentang Penjualan melalui *marketplace*.

Beragam jawaban yang diberikan oleh mahasiswa, menunjukkan bahwa mahasiswa sudah paham terkait penjualan melalui *marketplace* guna menaikkan produk mereka di kancas yang lebih luas. Selesai adanya pelatihan, para mitra mengatakan tertarik mempelajari lebih dalam tentang penjualan melalui *marketplace*. Lebih lanjut, selain menjamin keamanan produk dari P-IRT maka sertifikasi halal pun penting. Dengan adanya sertifikasi halal maka produk yang dihasilkan oleh mahasiswa akan memiliki banyak peluang terutama kepercayaan di masyarakat dan pasar (Laili & Canggih, 2021). Jika kepercayaan di masyarakat ini sudah didapatkan maka produk mahasiswa ini akan bisa berkembang dengan pesat. Selain itu dapat di percaya oleh konsumen sehingga pada akhirnya akan meningkatkan daya saing dan omset penjualan.

Berkaitan dengan kegiatan pendampingan pengurusan dokumen sertifikasi halal, Tim melakukan kegiatan memberikan pemahaman secara teori dan pentingnya bisnis jika sudah mendapatkan sertifikasi halal. Dilanjutkan dengan pemaparan materi tentang label dan

sertifikasi halal. Selain itu juga menjelaskan pentingnya pengurusan sertifikasi halal dan memberikan contoh pelaku usaha yang sudah menikmati efek pengurusan ini. Pemaparan materi berlangsung 90 menit yang diakhiri dengan diskusi. Diskusi sangat menarik karena ada beberapa pertanyaan dari mahasiswa yang dapat digunakan menjadi subyek penelitian.

Adanya fungsi label halal ini akan memperkuat citra produk UMKM kepada masyarakat, secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keinginan dan keputusan pembelian konsumen (Maharani et al., 2021). Semakin banyak masyarakat yang yakin akan produk UMKM, maka akan semakin tinggi pula minat beli, yang nantinya akan berujung pada meningkatnya volume penjualan produk UMKM tersebut.

Pemaparan selanjutnya adalah Penjelasan tentang prosedur dan tata cara pengurusan sertifikat halal produk. Tim menjelaskan tahapan dan dokumen yang perlu dipersiapkan sebagai persyaratan pengurusan sertifikasi produk halal. Tahapan proses pengurusan Sertifikasi Halal : Ada 3 pihak yang dilibatkan dalam proses sertifikasi halal, yaitu BPJPH, LPPOM MUI merupakan lembaga pemeriksa halal (LPH). BPJPH adalah yang melaksanakan penyelenggaraan jaminan produk halal. LPPOM MUI yang melakukan pemeriksaan mengenai kecukupan dokumen, penjadwalan audit, pelaksanaan audit, pelaksanaan rapat auditor, penerbitan audit memorandum, penyampaian berita acara hasil audit pada rapat Komisi Fatwa MUI. MUI menetapkan kehalalan produk berdasarkan hasil audit dan menerbitkan Ketetapan Halal MUI melalui Komisi Fatwa.

Dilihat dari sisi pengetahuan mahasiswa selaku pelaku UMKM terkait label dan produk halal, ada perbedaan sebelum dan sesudah diadakan pendampingan literasi, dimana menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mahasiswa setelah diberikan pelatihan literasi sertifikasi produk halal. Mahasiswa dapat mengerti dan memahami tahapan proses pengurusan produk halal, apa saja dokumen yang diperlukan dan mengetahui instansi yang menjadi arah tujuan pengurusan. Mahasiswa dapat memahami arti penting pengurusan sertifikat produk halal, dan mengerti pengaruh pentingnya terhadap volume penjualan produk mereka.

4. KESIMPULAN

Program kegiatan pendampingan “PENINGKATAN NILAI PRODUK MELALUI PERIJINAN PIRT, SERTIFIKASI HALAL, DAN DIGITAL MARKETING PADA PRODUK USAHA MAHASISWA STIE GENTARAS” ini ditujukan untuk memberdayakan mahasiswa sebagai pelaku UMKM dalam menunjang akselerasi penjualan produk mereka. Kegiatan yang telah dilakukan meliputi sosialisasi pentingnya legalitas produk layak edar bagi hasil produksi para mahasiswa berupa surat izin PIRT (pangan industri rumah tangga) dan

Sertifikasi Halal. Selanjutnya tim juga melakukan pendampingan pengurusan surat izin legalitas produk layak edar, packaging produk, pemanfaatan media platform marketplace dan juga peningkatan keterampilan penguasaan teknologi tepat guna kepada mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung, sehingga bisnis yang mereka jalankan dapat bertahan dan berkembang. Bagi para pelaku UMKM sejenis sebaiknya mulai mempelajari mengenai legalitas layak edar, sertifikasi halal dan strategi pemasaran digital.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih banyak, kepada semua pihak yang membantu terlaksananya kegiatan ini. Ucapan Terima kasih kepada STIE Gentiaras melalui LPPM yang telah memfasilitasi program pengabdian ini. Terima kasih kepada kelompok mahasiswa wirausaha STIE Gentiaras yang sudah ikut bergabung dalam kegiatan pengabdian ini. Semoga program pengabdian ini memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan usaha mahasiswa STIE Gentiaras serta kemajuan program kewirausahaan mahasiswa di lingkungan kampus STIE Gentiaras Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, M. S., & Mohd Johan, M. R. (2012). Issues in halal packaging: A conceptual paper. *International Business and Management*, 5(2), 94–98.
- Ardila, I., Sembiring, M., & Azhar, E. (2020). Analisis literasi keuangan pelaku UMKM. *Proceedings Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora*, 216–222.
- Arrohim, A. F., Syarafina, I., Adiatno, I., Aqmarina, T., & Bahrudin, B. (2021). Upaya optimalisasi digital marketing untuk pengembangan UMKM masyarakat Desa Tanjung Anom Kabupaten Tangerang. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(5), 167–179.
- Hadiwinata, K., Mundzir, H., & Muslim, S. (2020). Analisis peran media sosial Instagram sebagai media pemasaran dan branding bisnis di era pandemi Covid-19. *Senabisma*, 2, 62–68.
- Hidayat, R., & Rahman, A. (2021). Peran label halal terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 233–245.
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan label halal terhadap kepuasan konsumen produk body lotion Citra (Studi kasus mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(6), 743–752.

- Maharani, A., Arifin, R., & Suharto, M. K. A. B. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, persepsi harga, promosi dan label halal terhadap kepuasan pelanggan Ms Glow pada rentang usia 18–25 tahun di Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 10(13), 78–95.
- Maryati, T., Syarief, R., & Hasbullah, R. (2016). Analisis faktor kendala dalam pengajuan sertifikat halal (Studi kasus: Pelaku usaha mikro, kecil dan menengah makanan beku di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, 4(3), 364–371.
- Nurchahyo, R., & Wibowo, M. (2020). Penerapan standar PIRT dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk pangan lokal. *Jurnal Mutu Pangan Indonesia*, 4(1), 15–24.
- Prasetyaningsih, I., Murtini, U., & Hediono, B. P. (2020). Penguatan organisasi dan proses pengurusan P-IRT kelompok usaha salak Desa Girikerto Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(2), 49–54.
- Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris, I. (2018). Strategi pengembangan UMKM halal di Jawa Tengah dalam menghadapi persaingan global. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 1–9.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi visual melalui foto produk untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 633–642.
- Suryana, Y., & Kartib, B. (2021). Penerapan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 5(2), 112–120.
- Wulandari, A., & Supriyanto, E. (2020). Digital marketing sebagai strategi peningkatan daya saing produk UMKM di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 45–52.
- Yusuf, M., & Harahap, S. (2019). Sertifikasi halal sebagai faktor peningkatan daya saing UMKM makanan dan minuman. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(3), 215–224.