

LAUNCHING PRODUK KERUPUK DAN SERTIFIKASI HALAL UPAYA MENINGKATKAN EKONOMI DAN UMKM DESA TLAGAH

Takwallo¹, Suratin Lukmana², Ulfatus Sholihah³, Khofifah⁴, Mawaddah⁵,
Ernawati⁶, Sama'un⁷, Mohammad Lutfianto⁸

Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Bangkalan Madura
Email: mastaqwa93@gmail.com,

ABSTRACT

This community service program focused on developing community micro-enterprises through the launch of cracker products and assistance in the halal certification process. Implementation methods included initial observation, outreach, production assistance, packaging, marketing, and education on the importance of halal certification for business owners. The results showed that the cracker product launch increased the selling value and competitiveness of local products, while the halal certification assistance increased business owners' understanding of halal product standards and opened up broader marketing opportunities. This program had a positive impact on improving product quality and increasing awareness among UMKM of the importance of legality and consumer trust. Therefore, this community service program is expected to encourage the sustainability of local cracker businesses and improve the welfare of the local community.

Keywords: Community Service Program, Crackers, Product Launch, Halal Certification

ABSTRAK

Kegiatan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan fokus pada pengembangan usaha mikro masyarakat melalui launching produk kerupuk serta pendampingan dalam proses sertifikasi halal. Metode pelaksanaan meliputi observasi awal, sosialisasi, pendampingan produksi, pengemasan, pemasaran, serta edukasi mengenai pentingnya sertifikasi halal bagi pelaku usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa launching produk kerupuk mampu meningkatkan nilai jual dan daya saing produk lokal, sementara pendampingan sertifikasi halal meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap standar kehalalan produk serta membuka peluang pemasaran yang lebih luas. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk dan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya legalitas dan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat mendorong keberlanjutan usaha kerupuk lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Kata kunci: Kuliah Kerja Nyata, Kerupuk, Launching Produk, Sertifikasi Halal

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian ini adalah bentuk pengabdian kepada masyarakat yang sejalan dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pengabdian. Melalui kegiatan pengabdian, tim penulis memiliki kesempatan untuk

berperan aktif dalam membantu masyarakat mengembangkan potensi lokal. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengalaman langsung bagi tim penulis, tetapi juga memperkuat hubungan antara perguruan tinggi dan komunitas. Dengan melibatkan diri dalam isu-isu lokal, tim penulis dapat memberikan solusi yang bermanfaat dan memperkuat keberdayaan masyarakat setempat. (Widya Ananda 2025)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dengan menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, banyak UMKM menghadapi kendala dalam pengembangan produk dan pemasaran yang menghambat daya saing mereka. Keterbatasan inovasi, akses terhadap teknologi, serta masalah legalitas usaha menjadi faktor utama yang menyulitkan UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, dukungan kebijakan dan pelatihan sangat diperlukan untuk memberdayakan sektor UMKM.

Kerupuk merupakan salah satu produk pangan olahan yang sangat populer di masyarakat dan memiliki potensi ekonomi yang tinggi jika dikelola dengan baik. Sebagai camilan yang banyak digemari, pengembangan inovasi produk dan pengemasan yang menarik menjadi langkah penting untuk meningkatkan nilai jual kerupuk. Dengan memanfaatkan kreativitas dalam rasa dan kemasan, pelaku usaha dapat menarik minat konsumen, memperluas pasar, serta meningkatkan daya saing produk kerupuk di industri pangan yang semakin kompetitif. (Aziza Rahmawati Syakila 2024)

Kegiatan launching produk kerupuk bertujuan untuk memperkenalkan makanan khas ini kepada masyarakat luas. Dengan peluncuran yang terencana, produk mendapatkan identitas yang lebih jelas dan mampu menarik perhatian konsumen. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan minat beli serta memperluas jangkauan pemasaran. Melalui berbagai kegiatan promosi dan interaksi langsung dengan calon pembeli, diharapkan kerupuk ini tidak hanya dikenal, tetapi juga diminati sebagai pilihan snacking yang menggoda di pasaran.

Selain pemasaran, sertifikasi halal merupakan aspek penting dalam produk pangan. Sertifikasi ini memberikan jaminan keamanan dan kehalalan produk bagi konsumen, sehingga mereka dapat merasa tenang dalam mengonsumsi makanan yang sesuai dengan prinsip agama. Selain itu, sertifikasi halal sejalan dengan peraturan pemerintah yang mengatur jaminan produk halal, yang bertujuan untuk melindungi

konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk lokal. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya mendukung pemasaran, tetapi juga memastikan kualitas dan integritas produk pangan. (Suryani Tatik 2017)

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan kegiatan pengabdian ini difokuskan pada peluncuran produk kerupuk dan pendampingan sertifikasi halal. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk serta kesadaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengenai pentingnya sertifikasi halal. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih berdaya saing di pasar, sekaligus mendukung keberlanjutan usaha masyarakat setempat. Melalui langkah ini, diharapkan produk kerupuk yang dihasilkan tidak hanya berkualitas, tetapi juga memenuhi standar yang diinginkan oleh konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan	Kegiatan	Hasil
Tahap persiapan	Mapping terhadap masyarakat	Adanya mapping di sini kami menemukan masalah bahwa kerupuk hanya diproduksi ketika ada pesanan saja, pemasaran yang sempit, kemasan kurang menarik dan masih belum memiliki sertifikasi produk
	Menjalin kerjasama dengan ibu pkk dan pemerintah desa, sekaligus proses sertifikasi	Untuk menyelesaikan masalah yang ada melakukan kerjasama dengan ibu PKK (pemberdayaan kesejahteraan keluarga) sebagai salah satu organisasi masyarakat yang bekerja sama dengan pemerintah desa, dan juga melakukan sertifikasi produk ke halal center bangkalan bersama salah satu pengurus organda desa
Tahap Pelaksanaan	Launching produk Dan membantu proses pemasaran	Launching produk ini dilaksanakan setelah proses yang ada berjalan dan di setujui

		oleh pihak-pihak terkait, dan dihadiri oleh ketua PKK dan pemerintah desa lainnya sebagai bentuk kerja sama. Kami juga memberikan edukasi marketing dan membantu proses pemasaran ke berbagai toko-toko.
Evaluasi	Tinjauan atas keberlangsungan program	Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap respon para produsen dan konsumen, serta pendapatan yang semakin meningkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini di mulai dengan observasi terhadap kondisi awal UMKM kerupuk, yang mengungkapkan bahwa produk yang ada masih kurang memiliki kemasan yang menarik dan strategi pemasaran yang optimal. Selain itu, pelaku usaha juga belum sepenuhnya memahami pentingnya sertifikasi halal, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasar. Temuan ini menyoroti perlunya bimbingan dan pelatihan untuk membantu pelaku usaha memperbaiki aspek kemasan dan strategi pemasaran, serta memahami manfaat sertifikasi halal bagi produk mereka.



Gambar 1. salah satu peserta sedang membantu pihak produsen

Pelaksanaan launching produk kerupuk merupakan langkah awal yang strategis untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Dengan kemasan yang lebih menarik dan desain yang menarik, produk ini mendapatkan identitas merek yang kuat. Penambahan elemen estetika ini tidak hanya memberikan nilai tambah, tetapi juga

meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keunikan produk. Melalui pendekatan ini, diharapkan kerupuk tersebut dapat lebih mudah dikenal dan diterima oleh konsumen, sekaligus memperkuat posisi merek di industri pangan.



Gambar 2. Merk kerupuk krezz

Kegiatan launching memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan pemasaran produk, terutama dalam mengenalkan kerupuk kepada masyarakat sekitar secara langsung. Melalui acara tersebut, konsumen dapat mencicipi dan mengapresiasi produk, sehingga menciptakan interaksi yang lebih dekat antara produsen dan pelanggan. Respons masyarakat terhadap produk ini menunjukkan minat yang cukup baik, menandakan bahwa kerupuk yang diperkenalkan memiliki potensi untuk diterima dengan baik di pasar lokal. Dengan demikian, launching menjadi langkah strategis untuk memperkuat keberadaan produk di masyarakat.



Gambar 3. Launching Produk Krupuk Krezz

Pendampingan sertifikasi halal memberikan pemahaman baru bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengenai pentingnya jaminan kehalalan produk. Dengan adanya pendampingan ini, pelaku usaha menjadi lebih sadar akan manfaat sertifikasi halal, yang tidak hanya memenuhi regulasi, tetapi juga meningkatkan

kepercayaan konsumen. Hal ini berkontribusi pada peningkatan daya saing produk kerupuk di pasar, karena konsumen semakin memilih produk yang terjamin kehalalannya, sehingga mendukung pertumbuhan UMKM secara keseluruhan.

Proses pendampingan bagi pelaku usaha melibatkan sosialisasi mengenai persyaratan dan kelengkapan dokumen yang diperlukan untuk memulai atau mengembangkan usaha mereka. Dalam hal ini, tim penulis berperan aktif dengan membantu menyiapkan administrasi yang dibutuhkan, sehingga pelaku usaha dapat lebih memahami langkah-langkah yang harus diambil. Pendampingan ini dilakukan secara bertahap, sesuai dengan kemampuan masing-masing pelaku usaha, agar mereka dapat menguasai setiap aspek administratif dengan baik dan meningkatkan peluang keberhasilan usaha mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan Kegiatan pengabdian memberikan dampak positif bagi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kerupuk. Melalui program ini, produk kerupuk menjadi lebih bernilai dan memiliki peluang pasar yang lebih luas, berkat bimbingan dan inovasi yang diberikan oleh tim penulis. Selain memperbaiki kualitas produk, kegiatan pengabdian juga menunjukkan peran aktif tim penulis dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat, membantu meningkatkan kesejahteraan serta menciptakan lapangan kerja yang lebih baik.



Gambar 4. Proses Pendampingan Sertifikasi ke Halal Center



Gambar 5. Marketing ke berbagai dusun oleh sebagian peserta kegiatan pengabdian

Keberhasilan program ini tidak terlepas dari partisipasi aktif masyarakat, khususnya pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang terlibat langsung dalam setiap tahapan kegiatan. Mulai dari proses produksi, launching produk, hingga pendampingan sertifikasi halal, masyarakat memainkan peran penting dalam memastikan kelancaran dan keberhasilan setiap tahap. Komitmen mereka untuk melanjutkan dan mengembangkan program tersebut secara mandiri dan berkelanjutan setelah kegiatan Kegiatan pengabdian berakhir menjadi salah satu faktor penentu. Dengan sinergi antara berbagai pihak, termasuk penggiat UMKM dan pembina, program ini tidak hanya menciptakan peluang baru bagi pengembangan ekonomi lokal, tetapi juga membangun kesadaran dan dukungan akan pentingnya standar halal. Melalui kolaborasi ini, pelaku UMKM mampu meningkatkan daya saing produk mereka dan memberikan manfaat jangka panjang bagi komunitas.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dengan tema *launching* produk kerupuk dan pendampingan sertifikasi halal telah terlaksana dengan baik. Program ini mampu membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan strategi pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan nilai tambah pada produk kerupuk. Pelaksanaan *launching* produk memberikan dampak positif terhadap daya tarik dan jangkauan pemasaran. Produk kerupuk menjadi lebih dikenal oleh masyarakat dan

memiliki identitas yang lebih jelas. Hal ini berpotensi meningkatkan minat beli konsumen.

Pendampingan sertifikasi halal meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas produk. Kesadaran terhadap jaminan kehalalan menjadi modal penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Program ini juga membuka peluang pemasaran yang lebih luas. Keberhasilan kegiatan ini didukung oleh partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan pelaksanaan. Keterlibatan tersebut menjadi faktor penting dalam keberlanjutan program. Diharapkan kegiatan ini dapat terus dikembangkan secara mandiri oleh masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziza Rahmawati Syakila. 2024. "Strategi Meningkatkan Penjualan Dengan Melakukan Promosi Melalui Media Sosial Pada Usaha Kerupuk Azizah Lubuk Kilangan Padang." *jurnal pengabdian sosial* 1: 1266. doi:<https://doi.org/10.59837/x89g0835>.
- Suryani Tatik. 2017. *Perilaku Konsumen Muslim Dalam Konsumsi Produk Halal*. Jakarta: Kencana.
- Widya Ananda. 2025. "Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Haruan Sebagai Produk Unggulan Lokal Di Desa Kota Raden Hulu Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara." *jurnal administrasi bisnis* 2: 164. <https://ejurnal.stiaamuntai.ac.id/index.php/JAB/article/view/1575>.
- Alma, Buchari. *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Amir, M. Taufiq. *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Ananda, Widya. *Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Haruan sebagai Produk Unggulan Lokal*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2025.
- BPJPH. *Pedoman Sertifikasi Halal*. Jakarta: BPJPH, 2022.
- Daryanto. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa, 2011.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Maliki Press, 2012.
- Hafidhuddin, Didin, dan Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2013.

- Hidayat, Rachmat. Pemberdayaan UMKM melalui Program Pendampingan Produk Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2021.
- Kartajaya, Hermawan, dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Kasali, Rhenald. *Self Driving: Menjadi Driver atau Passenger*. Jakarta: Mizan, 2018.
- Kementerian Koperasi dan UKM. *Perkembangan Data UMKM*. Jakarta: Kemenkop UKM, 2020.
- Kuncoro, Mudrajad. *Ekonomika Pembangunan*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- LPPOM MUI. *Panduan Proses Sertifikasi Halal*. Jakarta: MUI, 2020.
- Nugroho, Riant. *Public Policy*. Jakarta: Gramedia, 2014.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia, 2017.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Suryana. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Muslim dalam Konsumsi Produk Halal*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Syakila, Aziza Rahmawati. *Strategi Promosi Media Sosial pada Usaha Kerupuk Azizah*. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2024.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.