

PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING, BRANDING, DAN LEGALITAS HALAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM PEYEK SERUNI DI KELURAHAN CEMPAKA PERMAI

Muhammad Aldani¹, Rezti Selviani², Oong Sopitri³, Muhammad Deva Firmansyah⁴,
Bulan Sofira⁵, Katra Pramadeka⁶

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu¹²³⁴⁵⁶

Email: muhammadaldani57@gmail.com¹, reztiselviani82@gmail.com²,
oongsopitri813@gmail.com³, mdevafirmansyah28@gmail.com⁴,
bulansofira113@gmail.com⁵, katra.pramadeka@gmail.uinfasbengkulu.ac.id⁶

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan menciptakan lapangan pekerjaan. Namun, UMKM Peyek Seruni di Kelurahan Cempaka Permai masih menghadapi kendala pada aspek pemasaran digital, branding produk, dan legalitas halal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan daya saing usaha melalui pendampingan digital marketing, branding, dan legalitas halal. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan edukatif melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tahapan observasi, identifikasi masalah, sosialisasi, pelatihan pembuatan konten promosi, pendampingan desain kemasan, serta bantuan pengurusan legalitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, terciptanya identitas produk yang lebih menarik melalui kemasan dan logo baru, serta meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya NIB dan sertifikasi halal. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung keberlanjutan dan perkembangan usaha UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Digital Marketing, Branding, Legalitas Halal, UMKM, Daya Saing

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in boosting the local economy and creating jobs. However, the Peyek Seruni MSME in Cempaka Permai Village still faces challenges in digital marketing, product branding, and halal certification. This community service initiative aims to enhance business competitiveness through guidance in digital marketing, branding, and halal certification. The approach employed is participatory and educational, implemented through the Community Service Learning (CSL) program, which includes stages of observation, problem identification, outreach, training in promotional content creation, guidance on packaging design, and assistance with business legalization. The results of the activity indicate an increased understanding among business owners in utilizing social media as a promotional tool, the creation of a more attractive product identity through new packaging and logos, and a heightened understanding of the importance of the NIB and halal certification. This activity is expected to support the sustainability and continuous development of MSMEs.

Keywords: Digital Marketing, Branding, Halal Compliance, MSMEs, Competitiveness

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia. Keberadaan UMKM mampu membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjadi penopang ekonomi nasional, khususnya pada tingkat daerah dan pedesaan. Selain itu, UMKM juga dinilai lebih tangguh dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi karena mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar secara cepat.¹ Oleh sebab itu, pengembangan UMKM menjadi salah satu fokus penting dalam pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola pemasaran produk dan jasa. Saat ini, pelaku usaha dituntut untuk mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran yang efektif. Digital marketing melalui media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah.² Secara ideal (*das sollen*), UMKM diharapkan mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usaha, memperkuat branding produk, serta membangun komunikasi yang lebih baik dengan konsumen.

Namun pada kenyataannya (*das sein*), masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Keterbatasan pengetahuan mengenai pemasaran digital menyebabkan promosi produk masih dilakukan secara sederhana dan terbatas pada lingkungan sekitar.³ Selain itu, banyak UMKM yang belum memiliki branding produk yang baik, seperti kemasan yang menarik, logo usaha, maupun identitas merek yang kuat. Padahal, branding menjadi salah satu faktor penting dalam membangun citra usaha dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk.⁴

Permasalahan lainnya yang sering dihadapi UMKM adalah belum dimilikinya legalitas usaha dan sertifikasi halal. Legalitas halal memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya bagi masyarakat Muslim. Produk yang telah memiliki sertifikasi halal cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat dan memiliki peluang pasar yang lebih luas.⁵ Akan tetapi, rendahnya pemahaman pelaku usaha mengenai prosedur pengurusan legalitas usaha dan sertifikasi halal menyebabkan banyak UMKM belum memiliki legalitas yang memadai. Kondisi ini menjadi hambatan

¹ Amalina, A., Rosyidi, M. A., & Hentika, N. P., "Pendampingan Kemandirian Ekonomi Desa Melalui Legalitas, Sertifikasi Halal, Digitalisasi, dan Branding UMKM Desa Gitik", *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat* Vol.2, No.2 (2025): hlm.157–169.

² Kurniawan, D. A., Ridlo, M., Harahap, S. A. R., Firmansah, Y., Astuti, R. Y., Rusli, L., others, & Syamna, D. K. "Pendampingan Legalitas Usaha NIB dan Sertifikasi Halal Produk pada UMKM Kabupaten Ponorogo untuk Peningkatan Daya Saing Usaha", *Community Empowerment Journal* Vol.1, No.3 (2023): hlm.122–131.

³ Akhmad, A. N., Amalia, R., Umam, S. L., Pratama, M. N. R., & Chamid, A. A., "Pelatihan Digital Marketing dan Branding untuk Peningkatan Daya Saing UMKM", *SANDIMAS: Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.2, No.2 (2025): hlm.251–260.

⁴ Suriyanti, L. H., Hardilawati, W. L., Ardiansyah, F., Nabil, F. H., & Nurmayanti, P., "Peningkatan Daya Saing UMKM 'Aisyiyah Riau Melalui Keuangan, Digitalisasi, dan Legalitas Usaha'", *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.6, No.2 (2025): hlm.289–295.

⁵ Utami, M. S., Wijaya, R. S., & Marseto, M., "Pendampingan UMKM Kecamatan Wonokromo Melalui Manajemen Usaha dan Legalitas Usaha Menuju UMKM Naik Kelas", *Journal Of Human And Education (JAHE)* Vol.4, No.4 (2024): hlm.136–143.

dalam meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin modern.

Salah satu UMKM yang mengalami permasalahan tersebut adalah UMKM Peyek Seruni yang berada di Kelurahan Cempaka Permai. Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa pemasaran produk masih dilakukan secara tradisional dan belum memanfaatkan media sosial secara maksimal. Produk juga belum memiliki desain kemasan dan identitas merek yang menarik sehingga kurang mampu bersaing dengan produk lain di pasaran. Selain itu, UMKM Peyek Seruni juga belum memiliki legalitas halal yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.⁶ Jika kondisi tersebut tidak segera diperbaiki, maka perkembangan usaha akan berjalan lambat dan sulit bersaing di era digital saat ini.

Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dalam bidang digital marketing, branding, dan legalitas halal guna meningkatkan daya saing UMKM Peyek Seruni. Kegiatan pendampingan ini dilakukan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan pendekatan partisipatif dan edukatif. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku usaha mampu memahami strategi pemasaran digital, memperkuat identitas produk, serta meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha dan sertifikasi halal dalam mendukung perkembangan UMKM secara berkelanjutan.

B. Metode Penelitian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) oleh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu di Kelurahan Cempaka Permai. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan edukatif dengan melibatkan pelaku UMKM secara langsung dalam setiap tahapan kegiatan agar tercipta pemahaman dan keterampilan yang berkelanjutan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi usaha, sistem pemasaran, kemasan produk, dan kendala yang dihadapi UMKM Peyek Seruni. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi terkait pemasaran digital, branding, dan legalitas halal. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk mendukung data kegiatan pendampingan.

Tahapan kegiatan meliputi observasi dan identifikasi masalah, sosialisasi digital marketing, pendampingan branding produk, serta edukasi legalitas halal. Pelaku usaha diberikan pelatihan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan konten pemasaran, desain kemasan dan logo produk, serta pemahaman mengenai prosedur sertifikasi halal. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan kondisi UMKM sebelum dan sesudah pendampingan dilakukan sehingga dapat diketahui dampak kegiatan terhadap peningkatan daya saing usaha.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil dan Pembahasan Pertama

⁶ Isra'Ahmad, N., Supriadi, S., Sudirman, S., & Samsul, S., "Pendampingan Sertifikasi Halal sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM pada Produk Keripik Bayam Sapiria (Kribas) Kota Makassar" *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* Vol.4, No.2 (2025): hlm.270–280.

Pendampingan digital marketing pada UMKM Peyek Seruni dilakukan sebagai upaya meningkatkan pemasaran produk berbasis teknologi digital. Berdasarkan hasil observasi, kondisi pemasaran UMKM Peyek Seruni sebelum pendampingan masih dilakukan secara tradisional dan terbatas pada lingkungan sekitar sehingga jangkauan pasar belum berkembang secara optimal. Kondisi tersebut berbeda dengan kondisi ideal, dimana UMKM seharusnya mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick, digital marketing merupakan aktivitas pemasaran yang menggunakan media digital seperti media sosial dan platform online untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif.⁷

Kegiatan pendampingan dilakukan melalui pembuatan akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai identitas digital UMKM Peyek Seruni. Selain itu, pelaku usaha diberikan pelatihan mengenai pembuatan konten promosi, teknik pengambilan foto produk, serta penggunaan caption dan hashtag yang menarik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk dan mulai memahami strategi pemasaran digital secara sederhana. Hal ini sejalan dengan teori content marketing yang menyatakan bahwa kualitas konten berpengaruh terhadap engagement konsumen terhadap produk yang dipasarkan.⁸

Selain memberikan dampak pada pemasaran, pendampingan digital marketing juga meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya adaptasi teknologi dalam pengembangan UMKM. Pelaku usaha yang sebelumnya hanya bergantung pada pemasaran langsung kini telah memiliki media promosi digital yang dapat digunakan secara berkelanjutan. Dengan demikian, pendampingan digital marketing menjadi langkah awal dalam transformasi digital UMKM Peyek Seruni agar mampu bersaing di era modern.

2. Hasil dan Pembahasan Kedua

Pendampingan branding produk dan legalitas halal dilakukan sebagai kelanjutan dari upaya penguatan daya saing UMKM Peyek Seruni. Berdasarkan hasil observasi awal, produk Peyek Seruni masih menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas merek yang jelas sehingga kurang menarik perhatian konsumen. Padahal, secara ideal branding yang baik dapat meningkatkan citra usaha, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan nilai jual produk. Menurut Kotler dan Keller, branding tidak hanya berkaitan dengan logo atau nama produk, tetapi juga mencakup persepsi konsumen terhadap kualitas produk.⁹(Burhan, 2025).

⁷ Aguilika, D., Faraby, M. E., & Makhtum, A., "Strategi Digital Marketing dan Pendampingan Sertifikasi Produk Halal Pelaku Usaha Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sampang", *Keris: Journal of Community Engagement* Vol.5, No.1 (2025): hlm.67–80.

⁸ Kurniawan, D., Putri, N. A., Novitasari, S., Hawa'Octaviani, S., Billah, M. T., & Zawawi, Z., "Pendampingan Digitalisasi Marketing dan Legalitas Usaha UMKM untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Jombang Jawa Timur", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi* Vol.2, No.2 (2023): hlm.102–112.

⁹ Burhan, L. I., "Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Strategi Branding dan Digital Marketing Berbasis Media Sosial", *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi Teknologi Tepat Guna* Vol.1, No.2 (2025): hlm.56–62.

Pendampingan branding dilakukan melalui pembuatan desain kemasan, logo, stiker produk, dan spanduk usaha agar produk memiliki identitas visual yang lebih menarik dan profesional. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa tampilan produk menjadi lebih rapi, modern, dan mudah dikenali oleh konsumen. Perubahan tersebut memberikan kesan bahwa produk telah memiliki standar usaha yang lebih baik dibandingkan sebelumnya. Selain itu, pelaku usaha mulai memahami pentingnya branding sebagai strategi pemasaran dan pembentukan identitas usaha.¹⁰

Pada aspek legalitas usaha dan sertifikasi halal, pelaku usaha sebelumnya belum memahami pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal bagi pengembangan usaha. Padahal, legalitas usaha dan sertifikasi halal merupakan bentuk perlindungan konsumen serta penguatan kepercayaan masyarakat terhadap produk makanan. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan edukasi mengenai manfaat legalitas usaha, prosedur pengurusan NIB, serta tahapan pengajuan sertifikasi halal. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya legalitas dalam mendukung perkembangan usaha secara profesional dan berkelanjutan.¹¹

Secara keseluruhan, hasil pendampingan menunjukkan adanya perubahan positif terhadap UMKM Peyek Seruni, baik dalam aspek pemasaran digital, branding produk, maupun pemahaman legalitas usaha. Dengan adanya pendampingan ini, UMKM Peyek Seruni diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas pasar, serta membangun kepercayaan konsumen secara lebih optimal di era digital.

D. Penutup

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan digital marketing, branding, dan legalitas halal pada UMKM Peyek Seruni di Kelurahan Cempaka Permai, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam memasarkan produk, memperkuat identitas usaha, serta meningkatkan pemahaman mengenai legalitas usaha. Pelaku UMKM telah mampu memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai sarana promosi serta mulai memahami pembuatan konten digital yang lebih menarik untuk meningkatkan pemasaran produk. Pada aspek branding, kegiatan ini berhasil menghasilkan perbaikan kemasan, pembuatan stiker produk, dan pemasangan spanduk usaha yang membuat produk lebih menarik, profesional, dan memiliki identitas yang jelas di mata konsumen. Sementara itu, pada aspek legalitas, pelaku usaha mulai memahami pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal sebagai bentuk penguatan kepercayaan konsumen dan legalitas usaha. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat dikatakan berhasil meningkatkan daya saing

¹⁰ Natasya, A., & Sugito, S., ‘‘Pendampingan Pembuatan Sertifikasi Halal sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Penjualan UMKM Sarlee Bu Tin Kelurahan Sumber Rejo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya’’, *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 4, No.2 . (2024): hlm.445–450.

¹¹ Qur’aniah, A., Chusna, D. C., Nurazizah, D. R., Nabila, F., Mustofa, L. W., Madjid, M. H. A., & Fajri, M. M., ‘‘Empowering MSMEs Through Halal Certification, Labeling, and Adding Google Maps in Juwiring Village, Kendal Regency:(Pemberdayaan UMKM Melalui Sertifikasi Halal, Lebelisasi, Dan Penambahan Google Maps Di Desa Juwiring, Kabupaten Kendal)’’, *Sustainable Service Journal* Vol.1, No.1 (2026): hlm.13–23.

UMKM Peyek Seruni di era digital melalui penguatan pemasaran, branding, dan legalitas usaha.

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, diperlukan pendampingan lanjutan agar pelaku usaha dapat lebih optimal dalam mengelola media sosial, mengembangkan strategi pemasaran digital, serta melengkapi legalitas usaha dan sertifikasi halal secara menyeluruh. Selain itu, dukungan dari pemerintah, akademisi, dan masyarakat diperlukan untuk membantu pengembangan UMKM agar mampu berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguilika, D., Faraby, M. E., & Makhtum, A. (2025). Strategi Digital Marketing dan Pendampingan Sertifikasi Produk Halal Pelaku Usaha Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sampang. *Keris: Journal of Community Engagement*, 5(1), 67–80.
- Akhmad, A. N., Amalia, R., Umam, S. L., Pratama, M. N. R., & Chamid, A. A. (2025). Pelatihan Digital Marketing dan Branding untuk Peningkatan Daya Saing UMKM.
- Amalina, A., Rosyidi, M. A., & Hentika, N. P. (2025). Pendampingan Kemandirian Ekonomi Desa Melalui Legalitas, Sertifikasi Halal, Digitalisasi, dan Branding UMKM Desa Gitik. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 157–169.
- Burhan, L. I. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Strategi Branding dan Digital Marketing Berbasis Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi Teknologi Tepat Guna*, 1(02), 56–62.
- Isra'Ahmad, N., Supriadi, S., Sudirman, S., & Samsul, S. (2025). Pendampingan Sertifikasi Halal sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM pada Produk Keripik Bayam Sapiria (Kribas) Kota Makassar. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 270–280.
- Kurniawan, D. A., Ridlo, M., Harahap, S. A. R., Firmansah, Y., Astuti, R. Y., Rusli, L., others, & Syamna, D. K. (2023). Pendampingan Legalitas Usaha NIB dan Sertifikasi Halal Produk pada UMKM Kabupaten Ponorogo untuk Peningkatan Daya Saing Usaha. *Community Empowerment Journal*, 1(3), 122–131.
- Kurniawan, D., Putri, N. A., Novitasari, S., Hawa'Octaviani, S., Billah, M. T., & Zawawi, Z. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing dan Legalitas Usaha UMKM untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Jombang Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 2(2), 102–112.
- Natasya, A., & Sugito, S. (2024). Pendampingan Pembuatan Sertifikasi Halal sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Penjualan UMKM Sarlee Bu Tin Kelurahan Sumber Rejo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 445–450.
- Qur'aniah, A., Chusna, D. C., Nurazizah, D. R., Nabila, F., Mustofa, L. W., Madjid, M. H. A., & Fajri, M. M. (2026). Empowering MSMEs Through Halal Certification, Labeling, and Adding Google Maps in Juwiring Village, Kendal Regency:(Pemberdayaan UMKM Melalui Sertifikasi Halal, Lebelisasi, Dan Penambahan Google Maps Di Desa Juwiring, Kabupaten Kendal). *Sustainable Service Journal*, 1(1), 13–23.
- Suriyanti, L. H., Hardilawati, W. L., Ardiansyah, F., Nabil, F. H., & Nurmayanti, P. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM 'Aisyiyah Riau Melalui Keuangan, Digitalisasi, dan Legalitas Usaha. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 289–295.
- Utami, M. S., Wijaya, R. S., & Marseto, M. (2024). Pendampingan UMKM Kecamatan Wonokromo Melalui Manajemen Usaha dan Legalitas Usaha Menuju UMKM Naik Kelas. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 136–143.