PENYULUHAN SERTIFIKASI HALAL PROGRAM SEHATI DAN PRAKTIK PEMASARAN DIGITAL BAGI PELAKU UMK DI DESA SINGAPARNA KABUPATEN TASIKMALAYA

Iwan Saputra[1)], Alya Hanifah[2)], Siti Amirah Makarim[3)], Lati Sari Dewi[4)], Mohamad Nazirwan[5)]

[1)]Manajemen, STIE Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia
Email: iwan.saputra@gmail.com
[2)]Manajemen, STIE Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia
Email: alyahanifahalya@gmail.com
[3)]Manajemen, STIE Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia
Email: siti.makarim@gmail.com
[4)]Manajemen, STIE Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia
Email: lati_sari123@gmail.com
[5)]Manajemen, STIE Latifah Mubarokiyah Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia
Email: moh.naziman87@gmail.com

Abstract

This report describes SEHATI halal certification outreach, digital product communication practice, and administrative follow-up for micro and small enterprises in Singaparna Village, Tasikmalaya Regency. The main activity took place on August 28, 2026, involving 50 purposively selected business operators, followed by intensive assistance from August 29 to September 11 and monitoring through September 30. Activities included needs assessment, certification outreach, SIHALAL simulations, content design practice, and document review. Descriptive analysis used implementation summaries, portfolios, final rubrics, and administrative monitoring. Initial records reported 15 participants with active business identification numbers and none with halal certificates. Practice produced 45 outputs from 45 participants: 35 flyers and 10 draft WhatsApp Business catalogues. Mean final rubric scores on a 1–4 scale were 3.2 for information completeness, 3.5 for readability, and 2.8 for claim accuracy. Thirty outputs containing self-made halal logos were training exercises only, were not published, and were referred for correction. By the monitoring endpoint, 22 participants were reported to have complete documents and 18 operators to have submitted applications; these were separate aggregates. Small-group practice, connection sharing, and business registration assistance addressed implementation difficulties. Findings describe learning outputs and administrative steps, rather than demonstrated knowledge gains, certificate issuance, or sales effects. Follow-up prioritizes individual records and content review against product status.

Keywords: Halal Certification; SEHATI Programme; Halal Label; Digital Marketing; Micro and Small Enterprises.

Abstrak

Laporan ini mendeskripsikan pelaksanaan penyuluhan sertifikasi halal Program SEHATI, praktik komunikasi produk digital, dan tindak lanjut administratif bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) di Desa Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya. Kegiatan utama dilaksanakan pada 28 Agustus 2026 dengan 50 peserta yang dipilih secara purposive, dilanjutkan pendampingan intensif pada 29 Agustus–11 September dan pemantauan hingga 30 September 2026. Pelaksanaan mencakup identifikasi kebutuhan, penyuluhan persyaratan sertifikasi, simulasi SIHALAL, praktik desain konten, serta pemeriksaan dokumen. Analisis dilakukan secara deskriptif terhadap rekap pelaksanaan, portofolio, rubrik akhir, dan pemantauan administratif. Rekap awal mencatat 15 peserta memiliki NIB aktif dan tidak ada peserta bersertifikat halal. Praktik menghasilkan 45 karya dari 45 peserta, terdiri atas 35 flyer dan 10 draf katalog WhatsApp Business. Rerata rubrik akhir pada skala 1–4 adalah 3,2 untuk kelengkapan informasi, 3,5 untuk keterbacaan, dan 2,8 untuk ketepatan klaim. Sebanyak 30 konten berlogo halal buatan digunakan hanya sebagai latihan, tidak dipublikasikan, dan diarahkan untuk diperbaiki. Pada akhir pemantauan, 22 peserta dilaporkan memiliki dokumen lengkap dan 18 pelaku UMK mengirim pengajuan; kedua angka merupakan rekap terpisah. Kendala pelaksanaan ditangani melalui praktik kelompok kecil, berbagi koneksi, dan asistensi NIB. Laporan menempatkan luaran pembelajaran dan langkah administratif sebagai hasil pelaksanaan, bukan bukti peningkatan pemahaman, penerbitan sertifikat, atau dampak penjualan. Tindak lanjut diprioritaskan pada penataan arsip individual dan peninjauan konten sesuai status produk.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal; Program SEHATI; Label Halal; Pemasaran Digital; Usaha Mikro dan Kecil

PENDAHULUAN

Penguatan usaha mikro dan kecil (UMK) perlu menghubungkan kesiapan legalitas, pemenuhan ketentuan produk, dan kemampuan pemasaran. Besarnya kelompok usaha mikro Kabupaten Tasikmalaya memberikan konteks penting bagi pemberdayaan. *Dataset* daerah mencatat 95.970 usaha mikro pada 2022, 154.592 pada 2023, 129.032 pada 2024, dan 144.919 pada 2025 (Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tasikmalaya [Dinas KUKM Perindag], 2026a). Data pada Tabel 1 digunakan sebagai konteks wilayah saat penulisan, bukan ukuran omzet, jumlah usaha Desa Singaparna, atau jumlah produk yang wajib bersertifikat halal.

Tabel 1. Jumlah Usaha Mikro dan UMKM yang Memiliki Izin Usaha di Kabupaten Tasikmalaya, 2021–2025

Tahun	Jumlah Usaha Mikro	Jumlah UMKM yang Memiliki Izin Usaha
2021	—	17.326
2022	95.970	21.679
2023	154.592	68.502
2024	129.032	106.058
2025	144.919	144.919

Sumber: Dinas KUKM Perindag Kabupaten Tasikmalaya melalui Open Data Kabupaten Tasikmalaya dan berkas dataset yang digunakan penulis, diolah penulis (Dinas KUKM Perindag, 2026a, 2026b). Portal diakses pada 28 Oktober 2026.

Catatan: cakupan usaha mikro dan UMKM berizin berbeda sehingga tidak digunakan untuk menghitung persentase kepemilikan izin. Kesamaan nilai 2025 bukan bukti legalitas 100%; jenis izin tidak dirinci sebagai NIB. Perubahan jumlah antartahun tidak ditafsirkan sebagai pertumbuhan atau penutupan usaha tanpa informasi metode pendataan. Tanda "—" pada jumlah usaha mikro tahun 2021 menunjukkan data tidak tersedia, bukan nol.

Jumlah UMKM yang tercatat memiliki izin usaha meningkat dari 17.326 pada 2021 menjadi 144.919 pada 2025, sekitar 8,4 kali jumlah awal (Dinas KUKM Perindag, 2026b). Angka ini menggambarkan pencatatan legalitas tingkat kabupaten, tetapi tidak menunjukkan kepemilikan sertifikat halal atau kesiapan peserta mengikuti SEHATI. Kebutuhan pendampingan karena itu tetap ditentukan melalui identifikasi lapangan.

Urgensi edukasi berkaitan dengan kerangka Jaminan Produk Halal. Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 mengatur kewajiban sertifikasi bagi produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia. Pasal 26 mengecualikan produk berbahan yang diharamkan dengan kewajiban keterangan tidak halal; ketentuan tersebut dibaca bersama perubahan melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 (Republik Indonesia, 2014, 2023). Saat penyuluhan pada 28 Agustus 2026, Pasal 160 ayat (2) PP Nomor 42 Tahun 2024 menetapkan penahapan makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan dari UMK sampai 17 Oktober 2026 (Republik Indonesia, 2024). PP Nomor 40 Tahun 2026, berlaku sejak 14 Oktober 2026, kemudian memperpanjangnya sampai 17 Oktober 2028 (Republik Indonesia, 2026). Kronologi ini membedakan dasar urgensi saat kegiatan dari pemutakhiran regulasi saat penulisan.

Pada 28 Agustus 2026, fasilitasi SEHATI mengacu pada Keputusan Kepala BPJPH Nomor 1 Tahun 2026 sebagaimana diubah dengan Keputusan Nomor 117 Tahun 2026, ditetapkan 8 April 2026 (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal [BPJPH], 2026a, 2026c). Layanan pernyataan halal merujuk pada Keputusan Nomor 146 Tahun 2025 (BPJPH, 2025). Persyaratannya mencakup kesesuaian skala usaha, NIB, bahan, proses, produk, serta verifikasi Pendamping PPH; tidak semua peserta memenuhi skema self declare. Kuota pembukaan 1,35 juta dalam surat 2 Januari 2026 bukan sisa kuota saat kegiatan (BPJPH, 2026b). Ketersediaan fasilitasi bagi peserta perlu mempertimbangkan perubahan ketentuan dan status kuota aktual.

Penelitian Aisyah et al. (2023) di Kampung Ceungceum, Kecamatan Leuwisari, mendukung kebutuhan edukasi sertifikasi halal di Tasikmalaya. Dari 15 responden UMKM, lima memahami sertifikasi dan sepuluh belum memahami. Temuan ini menunjukkan kebutuhan sosialisasi pada sampel tersebut, bukan tingkat pemahaman seluruh UMK kabupaten atau peserta Desa Singaparna (Aisyah et al., 2023). Profil dan kebutuhan peserta tetap perlu ditentukan berdasarkan identifikasi lapangan kegiatan.

Selain kepatuhan, sertifikasi halal berpotensi menjadi nilai tambah komunikasi produk. Studi kualitatif Sinta et al. (2025) terhadap delapan pemilik UMKM Bandar Lampung melaporkan peningkatan omzet pada sebagian besar usaha setelah sertifikasi. Temuan ini merupakan pengalaman sampel, bukan jaminan peningkatan penjualan seluruh UMK; persentasenya tidak digunakan karena angka publikasi tidak konsisten (Sinta et al., 2025). Kajian kepustakaan Awa et al. (2024) menempatkan pemasaran digital sebagai sarana akses informasi, perluasan jangkauan, serta pembangunan kepercayaan dan reputasi. Keduanya mendasari edukasi komunikasi halal tanpa menjadikan manfaat ekonomi sebagai hasil kegiatan yang belum diukur.

Sertifikat merupakan dasar status sertifikasi produk, sedangkan label mengomunikasikan status tersebut. Pasal 25 huruf a UU Nomor 33 Tahun 2014 mewajibkan pencantuman label bagi pelaku usaha yang memperoleh sertifikat; Label Halal Indonesia ditetapkan melalui Keputusan Kepala BPJPH Nomor 40 Tahun 2022 (Republik Indonesia, 2014; BPJPH, 2022). Informasi ini dapat digunakan pada foto, deskripsi, katalog, dan promosi digital yang akurat. Produk belum bersertifikat tidak boleh ditampilkan seolah-olah telah bersertifikat; penggunaan label untuk latihan dibedakan dari promosi publik. Prinsip komunikasi bertanggung jawab ini selaras dengan landasan pemasaran digital Awa et al. (2024).

Pendampingan digital perlu disesuaikan dengan kesiapan peserta, bukan hanya berpusat pada pengenalan aplikasi. Makarim dan Haryati (2024), dalam studi kasus UMKM pengguna LinkUMKM BRI di Kecamatan Panumbangan, mengidentifikasi kendala teknis, literasi digital, dan akses internet sebagai hambatan pemanfaatan

platform. Sementara itu, Makarim et al. (2026) menguraikan pengabdian di Kabupaten Kuningan yang menggabungkan pemetaan kondisi awal, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi berkelanjutan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. Kedua sumber tersebut mendukung relevansi praktik kontekstual dan pendampingan lanjutan pada kegiatan ini, tetapi hasilnya tidak digunakan sebagai bukti capaian peserta Desa Singaparna.

Integrasi legalitas, sertifikasi halal, dan digitalisasi bukan pendekatan sepenuhnya baru. Irvani et al. (2025) telah mendampingi NIB, sertifikasi halal, dan literasi digital di Desa Sirnajaya, Kabupaten Tasikmalaya. Kegiatan Desa Singaparna mengembangkan pendekatan tersebut secara kontekstual melalui penyuluhan SEHATI dan ketepatan penyajian informasi sertifikasi dalam pemasaran digital (Irvani et al., 2025). Fokus pelaksanaan mencakup materi persyaratan dan alur, kesiapan dokumen serta tindak lanjut, dan praktik komunikasi produk, tanpa mengasumsikan seluruh peserta memiliki kekurangan yang sama.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberikan penyuluhan mengenai persyaratan dan alur sertifikasi halal Program SEHATI, memfasilitasi praktik penyusunan konten pemasaran digital dengan informasi produk yang akurat, serta mendampingi kesiapan dokumen dan tindak lanjut pengajuan. Artikel menyajikan pelaksanaan kegiatan pada 28 Agustus 2026, luaran dan penilaian akhir karya peserta, serta pemantauan administratif sampai 30 September 2026. Kontribusi kegiatan terletak pada pengaitan kesiapan sertifikasi dengan ketepatan komunikasi produk dalam konteks UMK Desa Singaparna. Capaian dianalisis secara deskriptif; peningkatan pengetahuan, penerbitan sertifikat, dan dampak penjualan tidak dinyatakan sebagai hasil yang telah dibuktikan.

METODE PELAKSANAAN

3.1. Lokasi, Waktu, dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan pada 28 Agustus 2026 di kantor Desa Singaparna, Jl. Cimanglid Barat No. 01, RT 003/RW 009, Desa Singaparna, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46411. Peserta berjumlah 50 pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) yang dipilih secara purposive berdasarkan kepemilikan usaha mikro atau kecil di Desa Singaparna. Pemilihan ini digunakan untuk menetapkan sasaran pengabdian sesuai wilayah dan skala usaha, bukan untuk memperoleh sampel yang mewakili seluruh UMK Kabupaten Tasikmalaya. Jenis usaha peserta meliputi kuliner olahan makanan lokal, kerajinan tangan (craft), konveksi skala rumahan, dan toko kelontong. Mitra kegiatan terdiri atas perwakilan pelaku UMK dan perangkat Desa Singaparna. Kesesuaian untuk mengikuti skema SEHATI ditelaah berdasarkan produk, bahan, proses, dan persyaratan usaha, sehingga keikutsertaan dalam penyuluhan tidak otomatis berarti memenuhi persyaratan pengajuan.

Pelaksanaan menggunakan rangkaian penyuluhan, simulasi, praktik, dan pendampingan yang disesuaikan dengan hasil identifikasi kebutuhan. Evaluasi dalam artikel ini merupakan evaluasi deskriptif terhadap proses, luaran langsung, dan tindak lanjut administratif, bukan pengujian efektivitas dengan kelompok pembanding. Alur program menghubungkan pemetaan kesiapan usaha dengan materi sertifikasi; praktik konten dengan peninjauan kualitas informasi; serta pemeriksaan dokumen dengan pemantauan pengajuan. Kegiatan utama, pendampingan intensif, dan batas pemantauan diperlakukan sebagai tahapan waktu yang berbeda agar luaran tidak seluruhnya diatribusikan pada penyuluhan satu hari.

3.2. Tahapan Pelaksanaan

a. Persiapan dan koordinasi

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian, perangkat Desa Singaparna, dan perwakilan pelaku UMK untuk menyepakati tujuan, ruang lingkup, jadwal, serta teknis pelaksanaan penyuluhan sertifikasi halal Program SEHATI dan pelatihan pemasaran digital. Pada tahap ini juga dilakukan pengumpulan data awal mengenai profil usaha, kepemilikan NIB, status sertifikasi halal, serta penggunaan media digital untuk pemasaran melalui penelaahan dokumen dan wawancara awal guna memverifikasi kelengkapan berkas administratif (seperti KTP, KK, dan keaktifan usaha) serta mengidentifikasi kesiapan teknis peserta terkait kepemilikan akun media sosial bisnis. Hasil persiapan digunakan sebagai dasar penyusunan materi dan kebutuhan praktik yang sesuai dengan karakteristik peserta.

b. Identifikasi masalah dan analisis kebutuhan

Pemetaan dilakukan melalui kuesioner terstruktur kepada seluruh peserta dan observasi langsung pada beberapa rumah produksi UMK. Aspek yang ditelaah meliputi kepemilikan NIB, jenis produk, bahan, alur produksi, status sertifikasi halal, dan penggunaan media digital. Observasi digunakan untuk menelaah kesesuaian dokumen dengan proses produksi. Hasil pemetaan menjadi dasar penentuan prioritas penyuluhan persyaratan SEHATI, pelengkapan dokumen, dan praktik komunikasi produk sesuai karakteristik usaha peserta.

c. Penyuluhan sertifikasi halal Program SEHATI

Materi mencakup kriteria usaha dan produk, dokumen pengajuan, alur SIHALAL, peran Pendamping Proses Produk Halal (PPH), serta kesesuaian bahan dan proses produksi. Penyampaian dilakukan melalui pemaparan, contoh pengisian dokumen, dan tanya jawab. Praktik meliputi simulasi pembuatan akun SIHALAL dan pembahasan formulir Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) menggunakan studi kasus produk kuliner lokal. Peserta diarahkan untuk membedakan simulasi, pengajuan sertifikasi, dan penerbitan sertifikat, serta mengenali kebutuhan tindak lanjut usahanya.

d. Praktik pemasaran digital

Praktik mencakup foto dan deskripsi produk, *flyer* Canva melalui *smartphone*, serta draf katalog WhatsApp Business. Peninjauan menilai kelengkapan informasi, keterbacaan, dan ketepatan klaim. Karena tidak ada peserta bersertifikat pada identifikasi awal, penggunaan label pada latihan dibatasi pada contoh edukatif, bukan klaim sertifikasi dalam promosi publik produk peserta. Pencantuman label dan informasi sertifikasi pada konten produk mensyaratkan sertifikat untuk produk terkait telah diterbitkan dan dapat diverifikasi; akun atau pengajuan SIHALAL tidak cukup. Logo tiruan tidak digunakan sebagai klaim sertifikasi. Konten ditinjau dan disesuaikan dengan status produk sebelum publikasi.

e. Pendampingan dan tindak lanjut

Pendampingan intensif berlangsung pada 29 Agustus–11 September 2026 melalui asistensi *door-to-door* dan konsultasi grup WhatsApp bersama Pendamping PPH Kecamatan Singaparna. Kegiatan mencakup pemeriksaan dokumen, identifikasi data yang perlu dilengkapi, dan peninjauan rancangan konten sesuai status sertifikasi produk. Peserta yang berminat mengajukan sertifikasi diarahkan untuk berkoordinasi dengan Pendamping PPH sesuai kebutuhan dan kewenangannya. Penggunaan label dalam promosi ditinjau berdasarkan bukti sertifikat untuk produk terkait, bukan hanya kepemilikan akun atau pengajuan SIHALAL. Catatan pendampingan digunakan untuk menentukan kebutuhan tindak lanjut peserta.

f. Monitoring dan evaluasi

Pemantauan dilakukan melalui catatan kegiatan, portofolio dan rubrik karya akhir, daftar periksa dokumen, serta lembar kendali pengajuan sampai 30 September 2026. Rancangan evaluasi pengetahuan mencakup *pre-test* dan *post-test* melalui Google Form pada rangkaian sesi 28 Agustus 2026, terpisah dari pencatatan profil awal. Evaluasi menggunakan rekap yang tersedia untuk menelaah pelaksanaan, kualitas luaran, dan tindak lanjut administratif. Peninjauan konten mencatat kebutuhan koreksi, sedangkan penyelesaian koreksi memerlukan pemeriksaan akhir tersendiri.

3.3. Instrumen dan Analisis Data

Sumber analisis meliputi rekap profil 50 peserta, catatan pelaksanaan dan kendala, portofolio 45 karya dari 45 peserta, rekap rubrik akhir, daftar periksa dokumen, serta lembar pemantauan pengajuan. Unit analisis dibedakan menjadi peserta untuk profil dan status administratif, karya untuk jenis serta kualitas konten, dan catatan kejadian untuk kendala pelaksanaan. Daftar hadir dan dokumentasi mendukung uraian pelaksanaan, tetapi tidak digunakan sebagai ukuran peningkatan pengetahuan atau keterampilan. Rekap awal menunjukkan kesiapan sebelum kegiatan, sedangkan status administratif akhir dibatasi sampai 30 September 2026.

Instrumen pengetahuan dalam rancangan terdiri atas 10 soal pilihan ganda berbobot sama pada skala 0–100; setiap jawaban benar bernilai 10. Analisis perubahan mensyaratkan skor awal dan akhir dari peserta yang sama. Data berpasangan yang tersedia belum memadai untuk analisis tersebut, sehingga evaluasi pengetahuan belum dapat dilaporkan. Target peningkatan minimal 30% dipertahankan sebagai target awal dan tidak disamakan dengan kenaikan 30 poin pada skala 0–100. Dokumen rancangan yang tersedia belum menetapkan rumus operasional peningkatan tersebut, sehingga artikel tidak menambahkan rumus secara retrospektif atau menyimpulkan ketercapaiannya. Untuk evaluasi berikutnya, definisi peningkatan relatif, rumus, dan aturan penanganan skor awal nol perlu ditetapkan sebelum pengukuran.

Karya digital dinilai menggunakan rubrik skala 1–4 pada tiga aspek: kelengkapan informasi produk, keterbacaan desain, dan ketepatan klaim sesuai status produk. Analisis menggunakan rerata akhir masing-masing aspek, bukan perubahan skor keterampilan. Rekap tidak memuat rincian jangkar skor, jumlah penilai, kesepakatan antarpenilai, maupun batas kategori “Baik”, sehingga penilaian dibatasi pada deskripsi rerata yang tersedia dan tidak digunakan untuk mengategorikan setiap katalog.

Analisis dilakukan dengan merangkum jumlah menurut indikator dan menghitung proporsi menggunakan penyebut yang dinyatakan secara eksplisit. Cakupan peserta dan status administratif menggunakan 50 peserta; komposisi serta peninjauan konten menggunakan 45 karya. Target katalog menggunakan unit peserta, sedangkan rekap luaran melaporkan jumlah draf katalog. Perbandingan 10 draf dengan jumlah target 40 disajikan sebagai gambaran kuantitas luaran, bukan persentase peserta yang memenuhi target katalog berkategori “Baik”. Jumlah peserta pembuat katalog dan kategori masing-masing karya hanya dapat ditentukan melalui pencocokan portofolio individual. “Dokumen lengkap” mengikuti status pada rekap daftar periksa, “pengajuan terkirim” mengikuti rekap pemantauan SIHALAL, dan “sertifikat terbit” memerlukan bukti penerbitan untuk produk terkait. Ketiganya tidak diperlakukan sebagai status yang identik. Jumlah kendala tidak dijumlahkan karena seorang peserta dapat mengalami lebih dari satu kendala. Hasil disajikan secara deskriptif tanpa menggeneralisasi ke seluruh UMK atau mengatribusikan perubahan administratif semata-mata pada kegiatan.

3.4. Indikator dan Kriteria Evaluasi Program

Evaluasi mencakup tiga dimensi. Evaluasi proses menelaah pelaksanaan penyuluhan, simulasi, praktik, pendampingan, dan respons terhadap kendala. Evaluasi luaran menelaah jumlah serta jenis karya dan penilaian akhir rubrik. Evaluasi tindak lanjut menelaah kelengkapan dokumen dan pengajuan terkirim sampai batas pemantauan. Target awal meliputi peningkatan rerata pemahaman minimal 30%, 40 peserta menghasilkan katalog WhatsApp

Business berkategori "Baik", dan minimal 15 pelaku UMK yang sekaligus lengkap berkas serta mengirim pengajuan. Target dinilai tercapai apabila bukti memenuhi seluruh kriterianya, belum tercapai apabila luaran berada di bawah target, atau belum dapat dinilai apabila data yang diperlukan belum memadai. Flyer dihitung terpisah dari katalog; target administratif gabungan mensyaratkan pencocokan peserta pada kedua status. Penerbitan sertifikat dan dampak penjualan tidak dijadikan luaran yang dijamin. Perbandingan target dan hasil disajikan pada Tabel 5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 28 Agustus 2026 di kantor Desa Singaparna, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, dengan melibatkan 50 pelaku usaha mikro dan kecil (UMK). Berdasarkan uraian metode, peserta dipilih secara purposive dengan kriteria memiliki usaha mikro atau kecil di Desa Singaparna. Bidang usaha peserta mencakup kuliner olahan makanan lokal, kerajinan tangan, konveksi skala rumahan, dan toko kelontong, dengan keterlibatan perwakilan pelaku UMK serta perangkat desa. Distribusi peserta menurut bidang usaha adalah 25 orang di bidang kuliner olahan makanan lokal, 10 orang di bidang kerajinan tangan, 8 orang di bidang toko kelontong, dan 7 orang di bidang konveksi skala rumahan. Keragaman bidang usaha memerlukan pemisahan antara edukasi umum tentang sertifikasi dan pendampingan pengajuan berdasarkan produk serta persyaratan yang relevan, sehingga seluruh peserta tidak otomatis dianggap memenuhi kriteria SEHATI.

Rangkaian kegiatan mencakup penyuluhan, simulasi pengajuan, dan praktik komunikasi produk digital. Pendampingan intensif berlangsung pada 29 Agustus–11 September 2026, sedangkan pemantauan sampai 30 September 2026. Identifikasi awal mencatat 15 peserta memiliki NIB aktif (30% dari 50 peserta) dan tidak ada peserta bersertifikat halal. Informasi profil diperoleh melalui kuesioner awal, wawancara, dan penelaahan dokumen, terpisah dari tes pemahaman. Naskah menyebut daftar hadir, portofolio, serta dokumentasi sebagai pendukung catatan pelaksanaan. Kendala jaringan memperlambat pengunduhan Canva pada beberapa peserta sehingga praktik disesuaikan melalui kelompok kecil dan berbagi koneksi internet.

4.2. Hasil Penyuluhan Sertifikasi Halal Program SEHATI

Penyuluhan membahas kriteria usaha dan produk, kesiapan bahan serta dokumen, alur SIHALAL, dan peran Pendamping Proses Produk Halal (PPH). Simulasi akun dan pembahasan dokumen Sistem Jaminan Produk Halal merupakan aktivitas pembelajaran. Hasil pelaksanaan pada bagian ini berupa penyampaian materi dan bentuk simulasi; aktivitas pembelajaran dibedakan dari pengajuan terkirim dan penerbitan sertifikat.

Kebutuhan sosialisasi dapat dibandingkan secara kontekstual dengan penelitian Aisyah et al. (2023), yang menemukan lima dari 15 responden di Kampung Ceungceum memahami sertifikasi halal, sedangkan sepuluh belum memahami. Instrumen, lokasi, dan peserta penelitian tersebut berbeda dari kegiatan ini sehingga persentasenya bukan pembanding langsung untuk peserta Desa Singaparna. Dalam laporan pelaksanaan, penyampaian materi, keterlibatan peserta, kesiapan dokumen, pengajuan terkirim, dan sertifikat terbit diperlakukan sebagai aspek berbeda.

4.3. Hasil Praktik Pemanfaatan Label Halal untuk Pemasaran Digital

Praktik menghasilkan 45 karya dari 45 peserta, terdiri atas 25 flyer produk makanan olahan, 10 flyer kerajinan tangan, dan 10 draf katalog WhatsApp Business. Dengan demikian, 35 karya berbentuk flyer dan 10 berbentuk katalog; rekap mencatat karya individual dari 45 di antara 50 peserta. Rerata rubrik akhir pada skala 1–4 adalah 3,2 untuk kelengkapan informasi, 3,5 untuk keterbacaan, dan 2,8 untuk ketepatan klaim. Nilai tersebut menggambarkan penilaian karya akhir. Jumlah 10 draf katalog berada di bawah target awal 40 peserta menghasilkan katalog berkategori "Baik", bahkan jika seluruh draf memenuhi kategori tersebut; flyer tetap dihitung terpisah.

Sebanyak 30 konten latihan memakai logo halal buatan. Sesuai klarifikasi pelaksanaan, seluruh 30 konten tersebut hanya digunakan sebagai latihan dan tidak dipublikasikan. Peninjauan mengarahkan peserta untuk menghapus logo buatan. Label dalam promosi produk mengikuti status sertifikasi yang dapat diverifikasi, bukan akun atau pengajuan SIHALAL (Republik Indonesia, 2014; BPJPH, 2022). Verifikasi dilakukan melalui layanan resmi BPJPH (BPJPH, n.d.).

Penilaian karya menunjukkan bahwa keterbacaan memiliki rerata tertinggi (3,5), diikuti kelengkapan informasi (3,2), sedangkan ketepatan klaim memiliki rerata terendah (2,8). Pola ini mengarahkan prioritas pendampingan pada pemeriksaan isi dan status produk, bukan hanya tampilan visual. Temuan 30 konten latihan berlogo buatan mempertegas kebutuhan peninjauan informasi halal sebelum promosi dipublikasikan. Relevansi pelatihan konten didukung oleh pembahasan pemasaran digital Awa et al. (2024) dan pengalaman pendampingan UMKM Makarim et al. (2026). Namun, nilai rubrik merupakan penilaian karya akhir, bukan bukti perubahan keterampilan maupun peningkatan jangkauan, kepercayaan konsumen, interaksi, atau penjualan.

4.4. Evaluasi Proses, Luaran, dan Tindak Lanjut

Evaluasi proses menunjukkan bahwa rangkaian penyuluhan, simulasi, praktik, dan pendampingan tercatat terlaksana, dengan penyesuaian berupa praktik berpasangan, berbagi koneksi, dan asistensi NIB. Bukti tersebut mendukung uraian pelaksanaan dan respons terhadap kendala, bukan penilaian efektivitas setiap penyesuaian. Evaluasi luaran mencatat 45 dari 50 peserta menghasilkan karya (90%); lima peserta lainnya tidak tercatat memiliki karya individual dalam rekap, tanpa mengasumsikan penyebabnya. Dari 45 karya, 35 berupa

flyer (77,8%) dan 10 berupa draf katalog (22,2%). Sebanyak 30 dari 45 konten latihan (66,7%) memerlukan peninjauan logo buatan; seluruhnya tidak dipublikasikan menurut klarifikasi pelaksanaan. Tabel 2–4 menyajikan profil, kualitas karya, dan tindak lanjut, sedangkan Tabel 5 membandingkan luaran dengan target.

Evaluasi administratif per 30 September 2026 mencatat 22 dari 50 peserta lengkap dokumen (44%) dan 18 dari 50 pelaku UMK mengirim pengajuan (36%). Proporsi tersebut menunjukkan cakupan terhadap seluruh peserta kegiatan, bukan tingkat keberhasilan pengajuan di antara usaha yang telah dinyatakan memenuhi skema SEHATI, karena jumlah kelompok yang memenuhi persyaratan tidak tersedia. Kedua rekap tidak digunakan untuk menghitung konversi dokumen menjadi pengajuan atau memastikan target gabungan minimal 15 pelaku UMK tanpa pencocokan identitas. NIB aktif awal dan dokumen lengkap akhir merupakan indikator berbeda sehingga tidak dinyatakan sebagai perubahan dari 30% menjadi 44%. Untuk target katalog, 10 draf baru setara 25% dari target jumlah 40 dan masih kurang 30 katalog; angka ini bukan capaian katalog berkategori “Baik”. Target pengetahuan belum dapat dinilai, sedangkan status penerbitan sertifikat belum dapat disimpulkan dari rekap pengajuan.

4.5. Pembahasan Hasil

Penggabungan penyuluhan dan praktik digital menghubungkan materi kesiapan sertifikasi dengan komunikasi status produk. Luaran yang tercatat terdiri atas 45 karya, 22 peserta dengan dokumen lengkap, dan 18 pelaku UMK pengaju. Angka tersebut mewakili indikator berbeda dan tidak menunjukkan bahwa kelompok pesertanya identik. Pembahasan diarahkan pada bentuk pelaksanaan, penilaian akhir luaran, dan prioritas tindak lanjut administratif.

Kendala gawai, jaringan, dan validasi NIB menunjukkan bahwa pelatihan digital dan pendampingan sertifikasi memerlukan dukungan teknis serta administratif yang berjalan bersama. Kendala digital tersebut sejalan secara kontekstual dengan hambatan literasi dan akses internet yang dibahas Makarim dan Haryati (2024). Penyesuaian berupa praktik berpasangan, berbagi koneksi, dan konsultasi lanjutan merupakan respons terhadap kebutuhan peserta pada kegiatan ini. Pendekatan pemetaan, latihan, dan pendampingan berkelanjutan juga memiliki kesamaan dengan pengabdian Makarim et al. (2026) di Kabupaten Kuningan. Perbedaan lokasi, peserta, instrumen, dan durasi pemantauan membatasi perbandingan hasil. Kontribusi program Desa Singaparna karena itu ditempatkan pada luaran praktik dan tindak lanjut administratif yang tercatat, bukan klaim integrasi pertama atau keberhasilan ekonomi yang belum diukur.

4.6. Kendala Pelaksanaan

Catatan pelaksanaan menyebut tujuh peserta dari kelompok konveksi dan toko kelontong mengalami keterbatasan gawai, 12 peserta mengalami jaringan tidak stabil, dan lima peserta kuliner menghadapi validasi NIB. Kelompok kendala dapat bertumpang tindih sehingga ketiga angka tidak dijumlahkan sebagai peserta berbeda. Tujuh peserta terkendala gawai juga tidak disamakan dengan seluruh tujuh peserta konveksi. Penanganan berupa berbagi koneksi, bekerja berpasangan, dan asistensi perbaikan data NIB.

4.7. Keterbatasan Laporan

Kegiatan melibatkan peserta yang dipilih secara purposive dari satu desa, tanpa kelompok pembanding, dan dipantau sampai 30 September 2026. Hasil terutama bersumber dari rekap agregat, sehingga tidak digunakan untuk menarik kesimpulan sebab-akibat atau mewakili seluruh UMK. Data tes berpasangan dan arsip penilaian individual belum memadai untuk menganalisis peningkatan pengetahuan, perubahan keterampilan, atau ketercapaian target peningkatan 30%. Rerata rubrik menggambarkan karya akhir, sedangkan kategori “Baik” pada setiap katalog belum dapat ditentukan. Pencocokan peserta yang lengkap dokumen dan mengirim pengajuan juga belum tersedia, sehingga ketercapaian target gabungan minimal 15 pelaku UMK belum dapat dipastikan.

Pemantauan belum mencakup verifikasi menyeluruh terhadap koreksi akhir konten, penerbitan sertifikat, penggunaan katalog setelah pelatihan, dan dampak pemasaran. Ketiadaan bukti penerbitan dalam laporan tidak diartikan sebagai tidak adanya sertifikat. Kelompok peserta yang mengalami kendala dapat bertumpang tindih, dan rincian hubungan antara kendala, karya, serta pengajuan belum dianalisis. Data minat, omzet, pendapatan, dan kepercayaan konsumen tidak diukur. Evaluasi lanjutan perlu menggunakan kode peserta yang konsisten, tes berpasangan, rubrik individual, bukti administratif, serta pemantauan pemanfaatan konten agar capaian program dapat dinilai lebih lengkap.

4.8. Keberlanjutan

Keberlanjutan diarahkan pada pemanfaatan grup WhatsApp pendampingan untuk koordinasi dokumen dan status produk bersama tim, perangkat desa, dan Pendamping PPH. Prioritas tindak lanjut mencakup pelengkapan dokumen, penataan arsip pengajuan dan sertifikat, serta perbaikan konten sesuai status produk. Evaluasi berikutnya dapat dirancang untuk mengukur pemeliharaan pengetahuan, pemanfaatan konten, dan dampak pemasaran secara terpisah.

Tabel 2. Ringkasan profil awal dan luaran pelaksanaan

Aspek	Profil awal yang dicatat	Luaran pelaksanaan	Dasar rekap
Penyuluhan SEHATI	50 peserta kegiatan	Materi persyaratan, alur SIHALAL, peran PPH, dan simulasi dokumen	Catatan pelaksanaan
Kesiapan dokumen	15/50 peserta memiliki NIB aktif	22/50 peserta dilaporkan lengkap dokumen	Rekap profil dan *checklist*; NIB dan

 ISSN 3063-6450 (E)

	(30%)	(44%) per 30 September 2026	dokumen lengkap merupakan indikator berbeda
Tindak lanjut sertifikasi	Tidak ada peserta bersertifikat pada identifikasi awal	18 pelaku UMK dilaporkan mengirim pengajuan per 30 September 2026	Rekap pemantauan SIHALAL; pengajuan dibedakan dari sertifikat
Konten digital	Praktik foto, deskripsi, Canva, dan WhatsApp Business	45 karya/45 peserta: 35 *flyer* dan 10 draf katalog	Rekap karya dan rubrik akhir
Informasi halal	Latihan dibedakan dari promosi publik	30 konten berlogo buatan hanya latihan, tidak dipublikasikan, dan diarahkan untuk koreksi	Rekap peninjauan dan klarifikasi pelaksanaan

Tabel 3. Penilaian akhir karya digital menurut rekap pelaksanaan

Aspek penilaian akhir	Cakupan rekap	Rerata (skala 1–4)	Interpretasi pelaporan
Kelengkapan informasi	45 karya dari 45 peserta	3,2	Karakteristik informasi pada karya akhir
Keterbacaan desain	35 *flyer* dan 10 draf katalog	3,5	Karakteristik keterbacaan pada karya akhir
Ketepatan klaim	45 karya menurut rekap praktik	2,8	Peninjauan mengarahkan koreksi 30 konten latihan berlogo buatan yang tidak dipublikasikan

Tabel 4. Luaran dan status tindak lanjut sampai 30 September 2026

Luaran/status	Jumlah menurut rekap	Dasar pencatatan	Tindak lanjut
Dokumen sertifikasi lengkap	22 peserta (44% dari 50)	Rekap *checklist*	Pendampingan pelengkapan dokumen
Pelaku UMK yang mengirim pengajuan	18 pelaku UMK (36% dari 50)	Rekap pemantauan SIHALAL per 30 September	Pendamping PPH
Rancangan konten digital	45 karya/45 peserta: 35 *flyer* dan 10 draf katalog	Rekap portofolio dan rubrik	Perbaikan klaim, desain, dan kelanjutan pembuatan katalog

Tabel 5. Target awal dan capaian yang dilaporkan

Indikator	Target awal	Luaran yang dilaporkan	Posisi dalam laporan
Pemahaman	Peningkatan minimal 30%	Rekap skor awal–akhir berpasangan belum memadai; pelaksanaan penyuluhan dan simulasi SEHATI tercatat.	Belum dapat dinilai: data tes berpasangan belum memadai dan rumus operasional target 30% belum terdokumentasi dalam rancangan yang tersedia.
Katalog	40 peserta membuat katalog "Baik"	10 draf katalog; 35 *flyer* terpisah	Jumlah luaran belum mendukung pencapaian target: 10 draf dibanding jumlah target 40 (25%). Angka ini bukan persentase peserta berkatalog "Baik"; jumlah pembuat katalog perlu dicocokkan melalui portofolio individual dan kategorinya belum dapat dinilai.
Dokumen lengkap dan pengajuan oleh peserta yang sama	Minimal 15 pelaku UMK memenuhi kedua syarat	22 lengkap dokumen dan 18 pengaju, rekap terpisah	Belum dapat dinilai: pencocokan peserta yang memenuhi kedua syarat belum tersedia; kedua rekap tidak dijumlahkan atau dianggap sebagai irisan.
Sertifikat	Tidak dijamin sebagai	Laporan menyajikan tindak lanjut	Tidak dievaluasi sebagai target

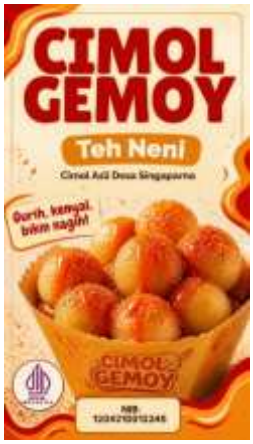
	luaran	pengajuan	keberhasilan; status penerbitan belum dapat disimpulkan dari rekap pengajuan.



Gambar 1. Pelaksanaan Penyuluhan Sertifikasi Halal Program SEHATI dan Pemanfaatan Label Halal untuk Pemasaran Digital bagi Pelaku UMK di Desa Singaparna Kabupaten Tasikmalaya



Gambar 2. Praktik Penyusunan Konten Pemasaran Digital menggunakan App Canva



Gambar 3. Contoh Hasil Konten Peserta

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat di Desa Singaparna menghubungkan penyuluhan sertifikasi halal Program SEHATI, praktik pemasaran digital, dan pendampingan administratif bagi 50 pelaku UMK. Kegiatan utama berlangsung pada 28 Agustus 2026, dilanjutkan pendampingan intensif pada 29 Agustus–11 September dan pemantauan sampai 30 September 2026. Luaran praktik mencakup 45 karya dari 45 peserta, terdiri atas 35 *flyer* dan 10 draf katalog WhatsApp Business. Rerata rubrik akhir sebesar 3,2 untuk kelengkapan informasi, 3,5 untuk keterbacaan, dan 2,8 untuk ketepatan klaim menunjukkan bahwa pemeriksaan isi promosi perlu menjadi prioritas pendampingan. Sebanyak 30 konten berlogo buatan hanya digunakan sebagai latihan, tidak dipublikasikan, dan diarahkan untuk diperbaiki. Rekap administratif mencatat 22 peserta lengkap dokumen dan 18 pelaku UMK mengirim pengajuan; kedua jumlah tersebut tidak membuktikan bahwa peserta yang sama memenuhi kedua indikator. Target 40 katalog belum tercapai berdasarkan jumlah draf yang dihasilkan, sedangkan peningkatan pengetahuan dan target administratif gabungan belum dapat dinilai. Kegiatan menghasilkan luaran pembelajaran dan tindak lanjut administratif, tetapi belum membuktikan penerbitan sertifikat maupun dampak penjualan.

5.2. Saran

Bagi pelaku UMK. Lengkapi dokumen usaha dan produk, simpan bukti pengajuan, serta perbarui promosi berdasarkan status produk yang dapat diverifikasi. Hapus logo buatan dari konten latihan sebelum digunakan untuk promosi dan lanjutkan penyusunan katalog dengan informasi produk yang akurat.

Bagi Pemerintah Desa Singaparna. Fasilitasi koordinasi peserta dan penjadwalan pendampingan lanjutan melalui grup komunikasi. Jika forum permanen akan dibentuk, dokumentasikan kesepakatan, penanggung jawab, dan mekanisme tindak lanjut sebelum melaporkannya sebagai luaran.

Bagi Pendamping PPH. Dampingi pemeriksaan kesesuaian dokumen, bahan, proses, dan persyaratan skema sertifikasi sesuai kewenangan. Bantu peserta menelusuri status pengajuan serta bukti penerbitan sertifikat agar pencantuman informasi halal pada katalog dan promosi sesuai status produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Singaparna, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, atas dukungan koordinasi dan penyediaan tempat pelaksanaan kegiatan. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pelaku UMK sebagai peserta atas partisipasi dalam penyuluhan sertifikasi halal Program SEHATI dan praktik pemasaran digital, serta kepada Pendamping Proses Produk Halal (PPH) atas keterlibatan dalam konsultasi dan pendampingan kesiapan dokumen serta tindak lanjut pengajuan sertifikasi. Kerja sama tersebut mendukung pelaksanaan kegiatan dan pendampingan bagi peserta.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, D. I., Nurmalia, F., Azizah, N. A. N., & Marlina, L. (2023). Analisis pemahaman sertifikasi halal pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM): Studi kasus di Kampung Ceungceum Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices, 2*(2), 95–105. DOI: 10.54180/jiesp.2023.2.2.95-105.

Awa, A., Safari, A., & Riyanti, A. (2024). Peran *digital marketing* pada UMKM dengan prinsip-prinsip syariah. *Manajemen dan Pariwisata, 3*(2), 249–273. DOI: 10.32659/jmp.v3i2.378.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2022). *Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 40 Tahun 2022 tentang Penetapan Label Halal*. Naskah resmi Keputusan Nomor 40 Tahun 2022—penetapan label.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025).

Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 146 Tahun 2025 tentang Petunjuk Teknis Layanan Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil yang Didasarkan atas Pernyataan Halal Pelaku Usaha Mikro dan Kecil. Naskah resmi Keputusan Nomor 146 Tahun 2025—layanan pernyataan halal.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2026a). *Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 1 Tahun 2026 tentang Petunjuk Teknis Fasilitasi Sertifikasi Halal Gratis bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Tahun 2026*. Naskah resmi JDIH BPJPH. Dibaca bersama perubahan melalui Keputusan Nomor 117 Tahun 2026.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2026b, 2 Januari). *Pemberitahuan pembukaan kuota SEHATI26* (Surat Nomor B-003/DP.II/JH.04.2/1/2026). Surat resmi pembukaan program.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2026c). *Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 117 Tahun 2026 tentang Perubahan atas Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 1 Tahun 2026 tentang Petunjuk Teknis Fasilitasi Sertifikasi Halal Gratis bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Tahun 2026*. Ditetapkan 8 April 2026. Metadata resmi JDIH BPJPH; naskah resmi.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (*n.d.*). *Pencarian sertifikat halal*. Diakses pada 28 Oktober 2026. Sumber: layanan pencarian sertifikat pada situs resmi BPJPH. Layanan resmi pencarian sertifikat BPJPH.

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tasikmalaya. (2026a). *Jumlah usaha mikro di Kabupaten Tasikmalaya, 2021–2025* [*Dataset*]. Open Data Kabupaten Tasikmalaya. Diakses pada 28 Oktober 2026.

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tasikmalaya. (2026b). *Jumlah usaha mikro kecil dan menengah yang memiliki izin usaha di Kabupaten Tasikmalaya, 2021–2025* [*Dataset*]. Open Data Kabupaten Tasikmalaya. Diakses pada 28 Oktober 2026.

Irvani, A. D., Nurkaromah, S. R., & Anita, T. (2025). Model pemberdayaan UMKM melalui integrasi NIB, sertifikasi halal, dan digitalisasi di Desa Sirnajaya Kabupaten Tasikmalaya. *Aksi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2*(2), 79–90. DOI: 10.71024/aksi.2025.v2i2.95.

Makarim, S. A., & Haryati, S. (2024). Analisis strategi pemasaran digital menggunakan Link UMKM BRI pada usaha kecil menengah Kecamatan Panumbangan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Keilmuan Mandira Cendikia, 2*(12), 28–34. Laman artikel.

Makarim, S. A., Fatah, R. H. A., & Akbar, A. H. N. (2026). Transformasi pemasaran konvensional ke digital pada UMKM Kabupaten Kuningan melalui pendekatan community empowerment. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Multi Disiplin, 3*(2), 70–76. DOI: 10.70134/jupengen.v3i2.1461. Laman artikel.

Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5604. Sumber resmi UU Nomor 33 Tahun 2014—JDIH BPK.

Republik Indonesia. (2023). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856. Sumber resmi UU Nomor 6 Tahun 2023—JDIH BPK.

Republik Indonesia. (2024). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 229; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6998. Sumber resmi PP Nomor 42 Tahun 2024—JDIH BPK; untuk keadaan sejak 14 Oktober 2026 dibaca bersama PP Nomor 40 Tahun 2026.

Republik Indonesia. (2026). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2026 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2026 Nomor 156. Metadata resmi PP Nomor 40 Tahun 2026; naskah resmi JDIH BPJPH.

Sinta, P., Mawardi, & Albab, U. (2025). Dampak sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan usaha mikro di Bandar Lampung. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah), 8*(1), 17–25. DOI: 10.52266/jesa.v8i1.4054.