



## Sosialisasi Strategi Pelabelan, Pemasaran, dan Implementasi Halal Produk *Bakery* di UMKM Kiazza Cake, Sidoarjo

### *Socialization of Labelling, Marketing Strategy, and Halal Implementation for Bakery Products at Kiazza Cake SME, Sidoarjo*

Yunita Satya Pratiwi<sup>1</sup>; Yushinta Aristina Sanjaya<sup>1\*</sup>; Rahmawati<sup>1</sup>, Farah Nur Rahma<sup>1</sup>; Karina Ayu Rahma<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

#### Abstrak

UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, terutama dalam menambah lapangan pekerjaan terhadap tenaga kerja dan meningkatkan produk domestik bruto (PDB). UMKM Kiazza Cake, yang bergerak di sektor *bakery* di Surabaya, menghadapi beberapa permasalahan, seperti pelabelan produk yang belum sesuai dengan regulasi BPOM, pemasaran yang masih terbatas dengan sistem *offline* melalui media sosial *WhatsApp*, serta belum adanya sertifikasi halal terhadap produk yang dipasarkan. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan program pengabdian masyarakat yang mencakup survei, sosialisasi, dan pendampingan. Solusi yang diberikan meliputi pendampingan pelabelan sesuai dengan Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018, pendaftaran gerai pada platform *e-commerce*, serta pengajuan sertifikasi halal sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar, sehingga UMKM Kiazza Cake dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan. Diharapkan hasil dari kegiatan ini dapat mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) 8 yang terkait dengan pertumbuhan ekonomi. Melalui berbagai tahapan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, pelaku usaha memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai prosedur sertifikasi halal, pentingnya keamanan dan standar pengemasan produk, serta pemanfaatan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.

**Kata Kunci**  
Sertifikasi Halal, Pelabelan, Pengemasan, UMKM

#### Abstract

*SME play an important role in economic development in Indonesia, especially in increasing employment opportunities for the workforce and increasing Gross Domestic Product (GDP). UMKM Kiazza Cake, which operates in the bakery sector in Surabaya, faces several problems, such as product labeling that does not comply with BPOM regulations, marketing that is still limited to an offline system via WhatsApp social media, and the absence of halal certification for the products being marketed. To overcome this, a community service program was carried out which included surveys, outreach and mentoring. The solutions provided include assistance with labeling in accordance with BPOM Regulation Number 31 of 2018, registering outlets on e-commerce platforms, as well as submitting halal certification in accordance with Law Number 33 of 2014. This program aims to improve product quality and expand market reach, so that Kiazza Cake MSMEs can compete in a wider market and increase income. It is hoped that the results of this activity can support the achievement of Sustainable Development Goals (SDGs) 8 which are related to economic growth. Through various stage of socialization, training, and mentoring, busines actors gain a better understanding of halal certification procedures, the importance of product safety and packaging standards, and the use of digital marketing to expand market reach.*

**Keyword**  
Halal Certification, Labelling, Packaging,

\* Korespondensi : Yushinta Aristina Sanjaya

 yushinta.a.tp@upnjatim.ac.id



## 1. Pendahuluan

Kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dalam perekonomian di Indonesia, baik dalam penciptaan lapangan kerja maupun peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM yang bergerak pada bidang pangan sangat beragam dan tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia, salah satunya yaitu UMKM Kiazza Cake. UMKM Kiazza Cake merupakan UMKM yang bergerak di produksi *bakery*, *pastry*, kue kering, dan jajanan tradisional. UMKM ini berdiri sejak tahun 2013 dan berlokasi di kawasan Wisma Tropodo, Sidoarjo, Jawa Timur.

Terdapat tiga permasalahan utama di UMKM Kiazza Cake, diantaranya yaitu belum adanya sertifikasi halal, pelabelan yang belum memenuhi standar BPOM, dan metode pemasaran yang masih terbatas secara *offline*, dimana ketiga hal tersebut dapat berdampak pada potensi pasar dan kepercayaan konsumen. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal bahwa setiap produk makanan yang diperjualbelikan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Sertifikasi halal bagi konsumen merupakan salah satu bukti keseriusan produsen dalam pemenuhan kehalalan produk yang dihasilkan (Buana & Nashar 2022). Berdasarkan Peraturan Kepala BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, label harus mencantumkan informasi berupa komponen wajib dan tambahan yang harus benar dan jelas mengenai produk pangan yang dikemas serta didesain secara proporsional dan tidak mudah rusak. Salah satu langkah yang dapat dilakukan dalam menjaga keamanan pangan bagi UMKM adalah melalui penggunaan kemasan yang efektif dan efisien, mulai dari desain hingga komponen label yang tercantum pada kemasan tersebut (Nugraha & Rahmawati, 2022). Label mencakup nama produk, daftar bahan, isi bersih, produsen, tanggal kadaluarsa, dan keterangan halal (Rizki & Hapsari, 2023). Label halal berfungsi sebagai sarana produsen untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang bahan yang digunakan, sehingga konsumen Muslim dapat memilih dengan lebih hati-hati (Siddiq, 2021). Pelabelan yang sesuai dengan aturan menciptakan perdagangan yang jujur dan bertanggung jawab (Rizki & Hapsari, 2023).

Pemasaran produk Kiazza Cake selama ini didominasi oleh pemasaran *offline* di gerai (*outlet*). Pemasaran secara *online* masih sangat terbatas, yaitu melalui media sosial *Whatsapp* saja, sehingga belum menjangkau konsumen secara lebih luas. Hal ini mendorong perlunya strategi pengembangan pemasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi informasi. Pemasaran digital, sebagai media pemasaran yang kuat, memainkan peran penting dalam mendorong pengaruh ini (Gumilang, 2019). Salah satu pemanfaatan teknologi informasi saat ini adalah penggunaan media sosial, dan *e-commerce* sebagai media pemasaran. Menurut Islami et al., (2022), media sosial dan aplikasi *e-commerce* adalah solusi bagi seluruh pelaku bisnis dalam menekan biaya marketing. Permasalahan yang ada di UMKM Kiazza Cake tersebut menimbulkan urgensi untuk memperbaiki kemasan produk yang sesuai dengan standar, meningkatkan akses pasar, serta memberikan pendampingan sertifikasi halal melalui program pengabdian masyarakat. Tujuan Kegiatan pengabdian ini untuk memberikan Solusi atas permasalahan yang dihadapi UMKM Kiazza Cake agar mampu menghasilkan produk yang terjaga kualitas dan terjamin kehalalannya, sehingga berpotensi untuk bersaing di pasaran.

---



## 2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Kiazza Cake dilaksanakan oleh Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi beberapa tahap sebagai berikut.

### 2.1. Pengumpulan Data

Tahap ini merupakan langkah awal untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai tingkat pengetahuan dan pemahaman pemilik UMKM tentang pelabelan, standarisasi produk pangan, dan tentang pemasaran digital. Tujuan wawancara ini juga untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan apa saja yang diperlukan pada UMKM Kiazza Cake. Tahap ini meliputi kegiatan survei lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik usaha.

### 2.2. Metode Ceramah, sosialisasi, dan pendampingan

Metode ceramah, sosialisasi dan pelatihan mengenai pelabelan dan standarisasi pangan sesuai aturan yang berlaku agar meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

### 2.3. Metode Pendampingan

Metode pendampingan dilakukan dengan memberikan pendampingan berupa pelatihan mengenai desain label yang baik sesuai aturan yang berlaku, penyusunan dokumen SJPH (Sistem Jaminan Produk Halal), dan penggunaan aplikasi *e-commerce* untuk makanan dengan sistem Android.

## 3. Hasil & Pembahasan

### 3.1 Sosialisasi tentang Pentingnya Sertifikasi Halal

Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha serta karyawan mengenai pentingnya sertifikasi halal bagi produk *bakery*. UMKM yang telah tersertifikasi halal menandakan bahwa dalam proses produksi hingga distribusi telah menerapkan jaminan halal sehingga lebih terjamin keamanan dan kehalalannya. Penerapan jaminan halal memiliki tujuan diantaranya yaitu meningkatkan nilai jual produk, memperluas jangkauan produk hingga pasar halal global, memberikan kepastian hukum bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi, serta meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Pengurusan sertifikasi halal oleh produsen merupakan salah satu langkah strategis untuk meyakinkan konsumen bahwa produk mereka terjamin kehalalannya, dimana hal ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produknya (Putri *et al.*, 2021). Pada sesi ini para peserta juga diberi kesempatan untuk berdiskusi secara langsung dengan pemateri untuk mengidentifikasi jenis-jenis produk pangan yang wajib tersertifikasi halal dan produk pangan yang tidak wajib tersertifikasi halal. Adanya sosialisasi ini telah berhasil meningkatkan kesadaran pelaku usaha yaitu pemilik UMKM Kiazza Cake untuk segera melakukan sertifikasi halal terhadap produknya. Hal ini nantinya akan dilanjutkan dengan pendampingan lebih lanjut terkait pengajuan sertifikasi halal yang akan dibantu oleh tim pengabdian masyarakat dari prodi Teknologi Pangan UPN “Veteran” Jawa Timur.





Gambar 1. Pemaparan Materi Pentingnya Sertifikasi Halal  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

### 3.2 Sosialisasi tentang Proses dan Alur Sertifikasi Halal

Sosialisasi ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam kepada pelaku usaha tentang proses dan alur sertifikasi halal, yang memastikan setiap tahapan produksi, mulai dari bahan baku hingga distribusi, mematuhi standar halal yang ditetapkan oleh lembaga berwenang. Tahapan utama sertifikasi halal meliputi pendaftaran, di mana pelaku usaha mengajukan permohonan dengan melampirkan dokumen yang diperlukan, seperti daftar bahan baku dan proses produksi. Setelah itu, dilakukan audit halal oleh tim auditor yang memeriksa langsung ke lokasi produksi untuk memastikan seluruh proses sesuai dengan syariat Islam. Hasil audit kemudian dinilai oleh Komisi Fatwa Halal untuk menentukan kelayakan produk sebelum sertifikat halal diterbitkan. Jika produk dinyatakan memenuhi syarat, sertifikat halal akan diterbitkan dan berlaku selama beberapa tahun. Sertifikasi halal memberikan pelbagai manfaat, termasuk peningkatan kepercayaan konsumen, akses pasar yang lebih luas, serta kepastian hukum bahwa produk aman dan halal.

Pelaku usaha memiliki kewajiban terhadap sertifikasi halal terhadap produk yang beredar di Indonesia. Hal tersebut menegaskan bahwa semua produk yang beredar di Indonesia harus memiliki sertifikasi halal baik pangan yang diproduksi dalam skala industri besar maupun industri kecil dan menengah. Berdasarkan penjelasan mengenai ketentuan produk halal, masyarakat, terutama perusahaan atau UMKM, membutuhkan pendampingan dalam proses sertifikasi halal untuk memperbaiki tahapan produksi. Perbaikan ini menjadi faktor kunci dalam memperoleh sertifikasi halal (Suzery *et al.*, 2020). Dalam sesi ini, peserta mendapat penjelasan terkait alur pendaftaran sertifikasi halal mulai dari pengenalan *website* SIHALAL, aktivasi akun dan digitalisasi dokumen pendaftaran, serta pentingnya memelihara sertifikat secara berkala. Diskusi interaktif diakhiri dengan tanya jawab seputar kendala dan solusi terkait pengajuan sertifikasi halal.



Gambar 2. Pemaparan Materi Proses dan Alur Sertifikasi Halal  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

### *3.3 Sosialisasi tentang Pengemasan dan Pelabelan Produk Pangan*

Pengarahan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman terhadap pelaku usaha dan karyawan mengenai pentingnya pengemasan dan pelabelan produk pangan yang sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan. Pemilihan jenis kemasan yang tepat pada produk pangan yang tepat dapat berfungsi sebagai pelindung terhadap produk, sehingga tidak mengurangi nilai produk ketika hendak dikonsumsi (Hidayah & Basirun, 2021). Kewajiban memenuhi standar kemasan pangan demi menjamin keamanan produk berkaitan erat dengan kewajiban pelabelan pangan. Label pangan merupakan segala bentuk informasi mengenai produk pangan, baik berupa gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lainnya, yang tertera, disertakan, ditempelkan pada, atau menjadi bagian dari kemasan pangan (Aminullah et al., 2022). Penyampaian materi ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan membantu pelaku usaha untuk memenuhi standar kemasan dengan Syarat Label berdasarkan pada Produk Pangan Olahan pasal 4 sampai 9 dan ketentuan-ketentuan terkait pencantuman label pada produk.

Pada sesi ini peserta juga diberi kesempatan untuk berdiskusi dengan pemateri terhadap identifikasi kemasan-kemasan yang digunakan pada masing-masing produk pangan, serta menambah pemahaman peserta terkait label yang dicantumkan pada produk pangan. Adanya pengarahan ini sukses meningkatkan kesadaran pelaku usaha dan peserta terkait, akan pentingnya untuk melakukan cek kemasan, label, izin edar, dan kadaluarsa. Hal ini akan dilanjutkan nantinya dengan pendampingan lebih lanjut oleh tim pengabdian masyarakat dari prodi Teknologi Pangan UPN "Veteran" Jawa Timur, terkait pengemasan dan pelabelan terhadap produk dari pelaku usaha yaitu UMKM Kiazza Cake.



Gambar 3. Pemaparan Materi Pengemasan dan Pelabelan Produk Pangan  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

#### 4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur di UMKM Kiazza Cake berhasil meningkatkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya sertifikasi halal, pengemasan, dan pelabelan produk pangan sesuai dengan standar yang berlaku. Melalui berbagai tahapan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, pelaku usaha memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai prosedur sertifikasi halal, pentingnya keamanan dan standar pengemasan produk, serta pemanfaatan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Program ini diharapkan dapat membantu UMKM Kiazza Cake dalam meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar, sehingga UMKM Kiazza Cake dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan, dan membangun kepercayaan konsumen melalui penerapan standar yang lebih baik dan terpadu.

#### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada LPPM Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memfasilitasi terlaksananya pengabdian masyarakat ini.

#### Daftar Pustaka

- Aminullah, A., Rohmat, S., Muslih, M., Halimun, R. Z., Yanuarningsih, R., Azizah, S., & Suhendar, Y.(2022). Peningkatan Sanitasi Dalam Proses Pembuatan Tahu dan Pengemasan di UMKM Tahu 'Favorit' Cisalopa, Desa Cinagara, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 5(02).  
<https://doi.org/10.36456/penamas.vol5.no02.a4445>
- Gumilang, R.R. (2019). Implementasi Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10 (01), 10-14.
- Hidayah, N., & Basirun, B. (2021). Pengaruh Jenis Kemasan Terhadap Sifat Organoleptik Tape Singkong. *Nutriology: Jurnal Pangan, Gizi, Kesehatan*, 2(1), 101-105.
- Islami, M. C. P. A., Y.A. Sanjaya, K.N. Wahyusi. (2022). Implementasi Media Sosial dan Aplikasi E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kimchi di Desa Giripurno. *JATEKK: Jurnal Abdimas Teknik Kimia*, 3 (2),  
<https://doi.org/10.33005/jatekk.v3i2.69>.
- Nugraha, I. & Rahmawati. (2022). Pelatihan Desain dan Proses Pengemasan Produk Olahan
-

- Daun Kelor di Kelurahan Karah, Kecamatan Jambangan, Surabaya, Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin*, 2 (1), 36-45.
- Putri, D. N., Windiana, L., & Mardhiyah, N. (2021). Pendampingan Penerapan Sistem Jaminan Halal di Industri Kecil Menengah (IKM) UMM Bakery. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 173-181.
- Rizki, F., & Hapsari, A. A. (2023). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk di Java Bakery Adiwerna. *AL-KARIM: Journal of Islamic and Educational Research*, 1(3), 39-51.
- Siddiq, M. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Studi Kasus Indomaret Desa Tulung Selapan Ulu Kecamatan Tulung Selapan Kabupaten Ogan Komering Ilir). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1(2), 165–168
- Suzery, M., Widayat, W., Cahyono, B., & Al-Baarri, A. N. M. (2020). Proses Perbaikan Produksi Dalam Pendampingan Sertifikasi Halal Bagi Paguyuban Usaha Kuliner. *Indonesia Journal of Halal*, 2(2), 53-57.
- 
- 