

# Edukasi “Halal Food” Pada Pelaku Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Kedawung Banyuputih Batang Jawa Tengah

<sup>1)</sup>Dewi Anggraeni\*, <sup>2)</sup>Fachri Ali, <sup>3)</sup>Pratomo Cahyo Kurniawan, <sup>4)</sup>Syifa Rohman

<sup>1)2)</sup>Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Jawa Tengan, Indonesia <sup>3)4)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Jawa Tengan, Indonesia

Email Corresponding: [dewi.anggraeni@uingusdur.ac.id](mailto:dewi.anggraeni@uingusdur.ac.id)\*

| INFORMASI ARTIKEL                                                                                                        | ABSTRAK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kata Kunci:</b><br>Edukasi<br>Halal Food<br>UMKM<br>PAR<br>Kedawung                                                   | <i>“Halal Food” menjadi salah satu target Indonesia sebagai tujuan wisata halal yang menyediakan makanan dan minuman halal, hal ini tidak terlepas dari penduduk Indonesia yang mayoritas muslim sehingga berpotensi besar dalam destinasi “halal food”. Perkembangan makanan dan minuman halal dirasakan pula oleh pelaku UMKM di desa Kedawung Banyuputih Batang dengan adanya peningkatan pelaku usaha secara signifikan, hal ini tidak terlepas dari adanya Kawasan Industri Terpadu (KIT) Batang. Seiring dengan peningkatan pelaku usaha UMKM perlu adanya peningkatan pemahaman UMKM mengenai “halal food” melalui edukasi “halal food”. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) dengan pendekatan Participatory Rural Appraisal yang melibatkan peran aktif 25 pelaku UMKM. Hasil kegiatan yang dilakukan menunjukkan adanya perubahan pemahaman dari pelaku UMKM terkait “halal food” tidak hanya pada aspek bahan baku yang digunakan melainkan pula pada proses bagaimana olahan makanan itu dihasilkan hingga tahap produksi. Melalui kegiatan edukasi “halal food” terdapat peningkatan pemahaman pelaku UMKM terkait makanan dan minuman halal. Serta adanya kesadaran UMKM untuk mengembangkan produk makanan dan minuman yang diproduksi ke pasar yang lebih luas</i> |
| <b>Keywords:</b><br>Education<br>Halal Food<br>MSME<br>PAR<br>Kedawung                                                   | <i>"Halal food" is one of Indonesia's targets as a halal tourist destination that provides halal food and drinks (halal food &amp; drinks). There is significant increase of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the village of Kedawung Banyuputih Batang this is inseparable from the existence of the Batang Integrated Industrial Area (KIT). Along with the increase MSMEs, it is necessary to increase the understanding of "halal food" through education related to "halal food". The method used in this activity is Participatory Action Research (PAR) with the Participatory Rural Appraisal approach which involves 25 active roles of MSMEs. The results of the activities carried out show that there is a change in the understanding of MSMEs regarding "halal food" not only in the aspect of the raw materials used but also in the process of how processed food is produced up to the production stage. Through educational activities related to "halal food" there is an increase in the understanding of MSMEs regarding halal food and drinks.</i>                                                                                                                                                                                                                         |
| This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC-BY-SA</a> license. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

## I. PENDAHULUAN

Gaya hidup halal yang menjadi tren saat ini, termasuk di dalamnya “halal food” menjadi salah satu target Indonesia sebagai tujuan wisata halal yang menyediakan makanan dan minuman halal (*halal food & beverages*). Sebagaimana yang disampaikan oleh Wakil Presiden KH Ma'ruf Amin dalam peluncuran State of The Global Islamic Economy (SGIE) Report 2022 bahwa Indonesia menempati peringkat kedua dunia untuk kategori makanan dan minuman halal (*halal food and beverages*), serta peringkat empat untuk pengembangan ekonomi syariah (Sugeng, 2022).

Berdasarkan hasil laporan The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC), Populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebanyak 237,56 juta jiwa. Jumlah penduduk muslim tersebut setara dengan 86,7% populasi di dalam negeri. Jumlah populasi penduduk muslim ini setara dengan 12,30% dari populasi muslim dunia yang sebanyak 1,93 miliar jiwa (Rizaty, 2022). Dengan kata lain bahwa, Muslim di Indonesia menjadi pasar potensial yang begitu besar dalam mengembangkan gaya hidup halal termasuk di dalamnya *halal food*. Produk makanan dan minuman merupakan produk-produk yang mendapat pertimbangan utama dalam proses pemilihannya berdasarkan ketentuan syariat (Khan et al., 2022).

Salah satu program unggulan kementerian Agama sebagai lembaga yang menjalankan amanah Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Kehadiran Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) dimaksudkan untuk memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian kepada umat Islam tentang ketersediaan barang halal untuk dikonsumsi dan digunakan.

Fenomena konsumen memilih makanan halal, berbelanja produk halal, mengenakan pakaian Muslimah, rekreasi ke destinasi yang ramah muslim (*muslim friendly*), atau bertransaksi menggunakan produk-produk syariah mengalami peningkatan yang sangat signifikan akhir-akhir ini. Gaya hidup halal dilandasi kesadaran bahwa halal bukan saja karena perintah agama, tetapi baik dan berguna bagi kehidupan (Iranmanesh et al., 2020).

Edukasi masyarakat mengenai “halal food” menjadi penting khususnya bagi pelaku usaha hal ini didasarkan kepada bahwa makanan dan minuman halal tidak hanya dimaknai dengan terhindarnya dari bahan-bahan yang haram tetapi juga bagaimana proses pembuatan serta pengemasan dilakukan terhindar dari hal-hal yang najis. Maichum (Maichum et al., 2017) dalam penelitiannya mengungkapkan menjadi seorang muslim tidak lantas memiliki pengetahuan yang memadai tentang makanan halal yang boleh dikonsumsi dalam pemenuhan kebutuhan harian.

Penelitian sebelumnya yang membahas mengenai makanan halal dilakukan oleh Secinero (Secinero & Calandra, 2021) yang mengungkapkan bahwa makanan halal menjadi agenda dunia. Penelitian yang dilakukan Lim (Lim et al., 2022) mengungkapkan bahwa ketertarikan kepada “halal food” tidak hanya menjadi kebutuhan konsumen muslim tetapi juga non muslim karena berdampak kepada kesehatan. Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sehemat pengetahuan peneliti belum ada yang mengkaji mengenai pemahaman masyarakat khususnya pelaku UMKM terkait dengan makanan dan minuman halal. Edukasi mengenai “halal food” kepada pelaku UMKM menjadi penting dimana merekalah sebagai mata rantai pertama terhadap kepastian kepada konsumen tentang ketersediaan makanan dan minuman yang halal untuk dikonsumsi.

## II. MASALAH

Desa Kedawung merupakan satu-satunya desa di kecamatan Banyuputih yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa sehingga desa ini memiliki objek wisata pantai yang cukup terkenal yaitu Pantai Celong. Letak geografis ini memberikan peluang besar terhadap pertumbuhan ekonomi khususnya lokal baik melalui wisata maupun melalui sektor pangan (Faqih, 2019). Problem yang terjadi saat ini adanya Kawasan Industri Terpadu (KIT) sebagai program nasional berdampak kepada para petani hutan dan nelayan, di mana mereka banyak kehilangan pencahariannya saat hutan ditebang untuk menjadi KIT sedangkan limbah dari KIT dibuang ke laut sehingga nelayan sulit untuk mendapat ikan. Oleh karenanya, warga desa Kedawung beralih mata pencaharian menjadi wirausahawan.

Pelaku UMKM desa Kedawung belum memahami betul mengenai bagaimana pengelolaan makanan halal khususnya dari hasil laut dan dari ternak madu, serta makanan dan minuman yang dibuat dengan menggunakan bahan pengawet. Maka dari beberapa masalah yang ditemui di lapangan maka kegiatan yang diangkat adalah edukasi terkait dengan “halal food” pada pelaku UMKM.



Gambar 1. Lokasi Desa Kedawung Sebelum dan Sesudah KIT

### III. METODE

Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* pemilihan metode ini didasarkan kepada masyarakat sebagai subjek dalam transformasi sosial di masyarakat (Afandi, Agus Laily, Nabiela Wahyudi, Noor Umam & dkk, 2022; Afandi, 2002). Pendekatan yang dilakukan adalah *Participatory Rural Appraisal* yang berupa kegiatan edukasi kepada UMKM. Kegiatan dilaksanakan dari bulan Agustus hingga November tahun 2022 di desa Kedawung Banyuputih Batang. Dengan melibatkan 25 pelaku UMKM terlibat aktif dalam setiap proses kegiatan yang dilakukan.

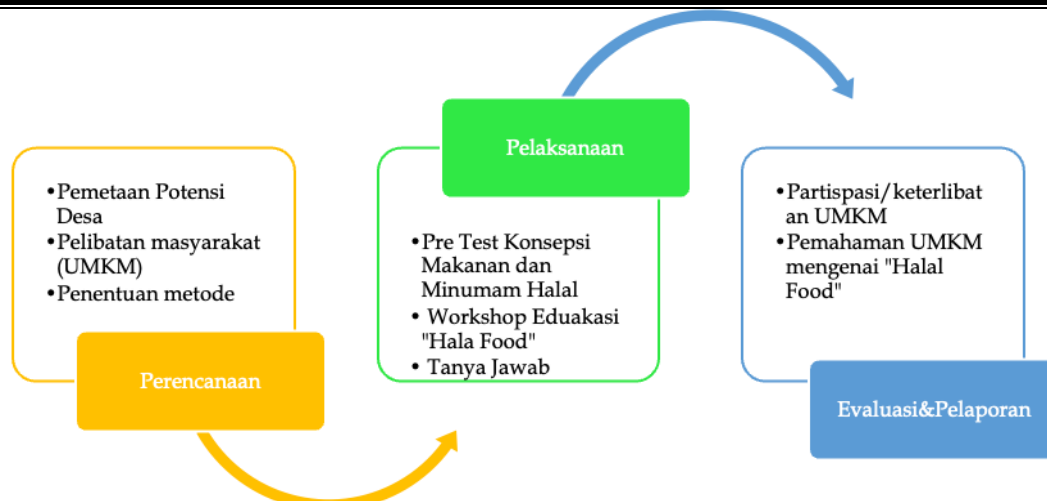
Mengacu kepada kerangka penelitian *participatory* maka tahapan penelitian dibagi menjadi tiga tahapan yakni: tahap perencanaan, tahap pelaksanaa, tahap evaluasi dan pelaporan keberlanjutan (Anggraeni, 2021). Maka tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagaimana berikut:

Tahap perencanaan dilakukan dengan mengidentifikasi potensi desa Kedawung, khususnya terkait dengan perekonomian masyarakat melalui UMKM. Selanjutnya adalah pelibatan UMKM terkait kesadaran akan “halal food”. Dan kesepakatan bersama dalam pemilihan metode dalam kegiatan yang akan dilakukan.

Tahap pelaksanaan kegiatan, secara umum pelaksanaan kegiatan mengenai mengenai paparan pentingnya edukasi terkait makanan halal “halal food” di mana banyak produk-produk makanan yang justru seakan-akan halal namun tidak baik untuk kesehatan termasuk bagaimana proses pengelolaannya tidak sesuai dengan syariat Islam. Pada tahap pelaksanaan diawali dengan *pre test* pengetahuan UMKM mengenai konsepsi makanan halal.

Tahapan terakhir adalah melakukan review hasil dan evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan menggali pemahaman UMKM terkait dengan “halal food” dan pelibatan UMKM dalam setiap proses kegiatan yang dilakukan.

Adapun keseluruhan tahapan digambarkan dalam bagan berikut:



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan pemetaan potensi desa, dari tahapan awal pemetaan potensi desa Kedawung dilakukan melalui *Mapping* (pemetaan) dari pemetaan diketahui kondisi demografis masyarakat desa Kedawung pada tahun 2022 tercatat sebanyak 4.925 Jiwa yang tersebar dalam 4 RW. RW 001 berjumlah 2.030 Jiwa, RW 002 berjumlah 885 Jiwa, RW 003 berjumlah 758 Jiwa, RW 004 berjumlah 1.253 Jiwa. Dengan jumlah keseluruhan terdiri dari 2.494 jiwa atau 50,6% penduduk laki-laki atau dan 2.432 jiwa atau 49,4% penduduk perempuan. Dari data pendidikan diketahui bahwa mayoritas dari penduduk desa Kedawung lulusan SLTP. Pendidikan pula sangat berpengaruh kepada bidang pekerjaan. Dari data tahun 2022 diketahui bahwa pekerjaan masyarakat desa Kedawung di dominasi oleh Wiraswasta, pada posisi berikutnya adalah petani/perkebunan selanjutnya adalah karyawan swasta. Adapun data pekerjaan digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Data Jenis Pekerjaan

| No | Jenis Pekerjaan    | LK  | PR  | Jumlah |
|----|--------------------|-----|-----|--------|
| 1  | Wiraswasta         | 545 | 368 | 913    |
| 2  | Petani/Pekebun     | 239 | 194 | 433    |
| 3  | Karyawan Swasta    | 173 | 89  | 262    |
| 4  | Buruh harian lepas | 121 | 74  | 195    |
| 5  | Nelayan/Perikanan  | 192 | -   | 192    |

Tahapan penentuan potensi desa selain dengan *Mapping* selanjutnya dilakukan melalui *Transect* (Penelusuran) dari penelusuran ini diketahui Sumber Daya Alam yang dimiliki oleh desa Kedawung. Desa Kedawung dipenuhi dengan Alas Roban berupa pohon Karet. Pohon Karet inilah yang menjadikan masyarakat untuk beternak lebah liar, yang kemudian di proses menjadi usaha Madu Jawa. Hingga saat ini para peternak madu yang bermata pencaharian sebagai wirausaha sudah mampu memasarkan produknya hingga ke luar Jawa. Selain adanya kebun Karet, desa Kedawung memiliki lahan pertanian yang dan perkebunan oleh karenanya petani dan pekebun masih menjadi mata pencaharian yang mendominasi masyarakat Desa Kedawung.

Desa Kedawung yang berbatasan langsung dengan laut Jawa. Posisi strategis ini yang kemudian memberikan peluang kepada masyarakat untuk menjadi Nelayan serta mengolah berbagai jenis hasil laut seperti ikan asin. Untuk mendukung potensi tersebut di sekitar kawasan laut disediakan TPI. Di sisi lain, keberadaan desa Kedawung yang berbatasan langsung dengan laut memiliki objek wisata alam berupa pantai Celong.



Gambar 3. Potensi Desa Kedawung Alas Roban dan Pantai Celong

Seluruh kegiatan yang dilakukan melibatkan peran aktif dari masyarakat desa Kedawung selanjutnya setelah ditemui warga masyarakat pelaku UMKM ditentukan waktu dan pelaksanaan kegiatan melalui workshop terkait dengan makanan dan minuman halal yang diselenggarakan di Balai Desa Kedawung.

Pada tahap pelaksanaan kegiatan fasilitator dalam hal ini tim dari pengabdian masyarakat melakukan *pre tes* kepada pelaku UMKM mengenai pemahaman akan makanan dan minuman halal dari pengetahuan pelaku UMKM bahwa konspesi makanan dan minuman halal yakni tidak mengandung unsur yang diharamkan yakni Anjing dan Babi. Belum sampai pada pengetahuan terhadap proses yang dilakukan dalam hal pengolahan serta bahan-bahan yang diperbolehkan dan yang membahayakan bagi kesehatan.

Tahapan kedua dalam pelaksanaan kegiatan adalah workshop yang diisi oleh ketua *Halal Center* UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.



Gambar 4. Workshop Pendidikan Halal Pada UMKM

Dalam pemaparannya yang disampaikan terkait dengan a) Pengenalan makanan dan minuman *halalan tayyiban* dalam perspektif Islam, b) Pemahaman akan kebersihan dan kenajisan dalam perspektif Islam, c) Ragam Putusan Fatwa MUI berkaitan dengan produk halal pada sektor pangan.

Kata halal sendiri berasal dari bahasa Arab, yaitu *halla*, *yahillu*, *hillan*, yang artinya bebas, lepas, legal, diterima, tidak dilarang, dan diizinkan. Halal dalam pengertian umum dapat diterjemahkan sebagai makna diperbolehkan atau dibenarkan. Pemahaman dasar tentang apa yang halal, merupakan inti dari

keyakinan setiap Muslim (Syafitri et al., 2022). Hal ini sebagaimana yang tertera dalam al Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168



Gambar 5. Landasan Makanan dan Minuman Halal

Terkait dengan definisi halal itu sendiri kemudian dalam sertifikasi halal ada yang namanya label halal yakni mark pada makanan yang dibenarkan menurut syariah Islam, memenuhi syarat dan tidak membahayakan kesehatan manusia, sehingga lebel halal ini dapat dijadikan jaminan validitas dan keamanan produk.

Konsepsi mengenai makanan dan minuman halal tidak hanya mencakup kepada bahannya saja tetapi juga meliputi berbagai macam proses sehingga makanan dan minuman itu siap dikonsumsi. Salah satu prosesnya adalah terjaga dari kenajisan.



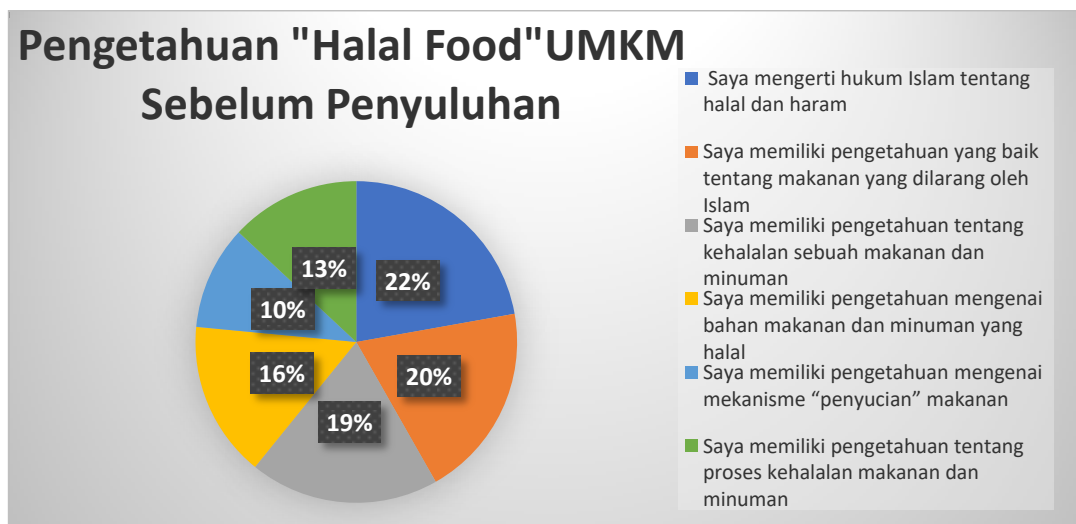
Gambar 6. Aspek Makanan dan Minuman Halal

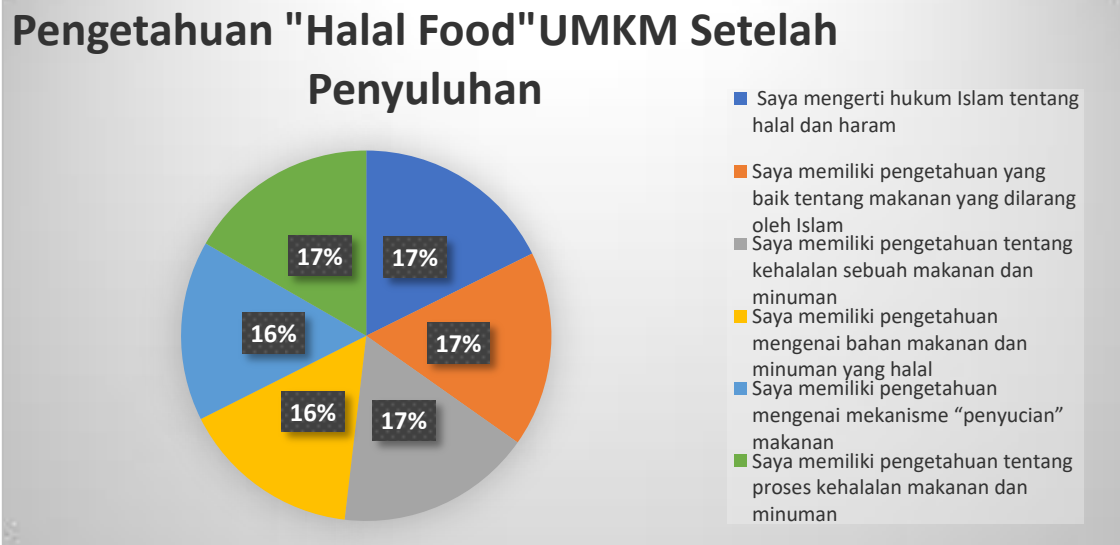
Pada tahap evaluasi dilakukan oleh para fasilitator kepada UMKM melalui sesi diskusi terhadap berbagai pertanyaan yang diajukan seputar dengan "halal food" dari berbagai persoalan yang dihadapi pelaku UMKM sehari-hari khususnya bagi pelaku usaha ikan asin dan terasi yang memunculkan pertanyaan terkait pengelolaan kotoran udang yang masih melekat.



Gambar 7. Sessi Diskusi dengan UMKM

Dari seluruh tahapan rangkaian kegiatan yang dilakukan terhadap peningkatan pemahaman pelaku UMKM terkait dengan “halal food” melalui prosentase yang berimbang.





Gambar 8. Pemahaman UMKM mengenai "Halal Food" Sesudah dan Sebelum Penyuluhan

## V. KESIMPULAN

Pelaku usaha UMKM di desa Kedawung terdapat peningkatan yang signifikan khususnya setelah adanya Kawasan Industri Terpadu (KIT) Batang. Banyak warga yang beralih usaha dari petani hutan dan nelayan menjadi wirausaha. Pemilihan wirausaha tidak terlepas dari potensi alam yang dimiliki oleh desa Kedawung yang berada di alas Roban dan Pantai Celong. Potensi alam ini yang akhirnya dimanfaatkan untuk berwirausaha baik berupa ternak madu dan menghasilkan madu murni maupun ikan olahan.

Melalui edukasi "halal food" terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM sebagai pelaku usaha yang harus menjamin ketersediaan makanan yang hendak dikonsumsi sebagai makanan halal sebagaimana yang dianjurkan oleh syariat Islam. Makanan halal tidak hanya terhenti dari bahan yang tidak mengandung unsur haram melainkan juga harus baik (*tayyib*) bagi kesehatan dan layak untuk dikonsumsi. Melalui workshop yang dilakukan terdapat peningkatan pengetahuan dan pemahaman UMKM mengenai "halal food"

Keterbatasan Pengabdian masyarakat ini masih terbatas dalam edukasi pelaku UMKM belum sampai kepada bagaimana proses marketing hingga perolehan sertifikasi halal terhadap produk UMKM yang dimiliki oleh pelaku usaha di desa Kedawung kecamatan Banyuputih Batang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada LP2M khususnya Pusat Pengabdian kepada Masyarakat yang telah mendanai kegiatan ini melalui dana hibah Pemberdayaan Masyarakat berkelanjutan LP2M UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Agus Laily, Nabiela Wahyudi, Noor Umam, H. M., & dkk. (2022). *Metodologi Pengabdian Masyarakat* (J. Suwendi Basir, Abd Wahyudi (ed.); Vol. 2, Issue 1).
- Afandi, A. (2002). *Participatory Action Research (PAR) Metodologi Alternatif Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Transformatif*.
- Anggraeni, D. (2021). *uku Pedoman KKN Berbasis PAR*. BBC.
- Faqih, M. N. (2019). *Praktek Sewa Menyewa Tanah Bengkulu Di Desa Kedawung Kecamatan Banyuputih Kabupaten Batang Menurut Prespektif Hukum Islam*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Iranmanesh, M., Mirzaei, M., Parvin Hosseini, S. M., & Zailani, S. (2020). Muslims' willingness to pay for certified halal food: an extension of the theory of planned behaviour. *Journal of Islamic Marketing*.

- 
- <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2018-0049>
- Khan, S., Khan, M. I., Haleem, A., & Jami, A. R. (2022). Prioritising the risks in Halal food supply chain: an MCDM approach. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0206>
- Lim, Y. H., Lada, S., Ullah, R., & Abdul Adis, A. A. (2022). Non-Muslim consumers' intention to purchase halal food products in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0172>
- Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K.-C. (2017). The Influence of Attitude, Knowledge and Quality on Purchase Intention towards Halal Food: A Case Study of Young Non-Muslim Consumers in Thailand. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences (ISSN 2455-2267)*. <https://doi.org/10.21013/jmss.v6.n3.p3>
- Rizaty, M. A. (2022). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022*. DataIndonesia.Id.
- Secinaro, S., & Calandra, D. (2021). Halal food: structured literature review and research agenda. *British Food Journal*, 123(1), 225–243. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2020-0234>
- Sugeng, P. (2022). *Pemerintah Targetkan Makanan Halal Indonesia Jadi Nomor 1 Dunia di 2023*. Kemenag.Go.Id. <https://www.kemenag.go.id/read/pemerintah-targetkan-makanan-halal-indonesia-jadi-nomor-1-dunia-di-2023-bgwbo>
- Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.305>