



**JURNAL PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT RADISI**
E-ISSN : 2798-9887

Tersedia Secara Online Pada Website : <https://jurnal.radisi.or.id/index.php/PKMRADISI>



Peningkatan Kesadaran Pelaku Usaha Olahan Ayam Terhadap Sertifikasi Halal Melalui Sosialisasi di Wilayah Sindangsari

RISA ANGGRANI^{1*}, AULYA AGINIA PRIYONO², DESTIA BISMA NURFATIMAH³, MUNJIATUS SHOLIHAT⁴, SIFA AULIA⁵, RISKI ANDRIAN JASMI⁶

1,2,3,4,5,6 Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

risaaanggraini24@gmail.com¹, aulyaaginiapriyono@gmail.com², destiabisma@gmail.com³, munjiatussholihat@gmail.com⁴,
syifaaulia9876@gmail.com⁵, riski.andrian@uinbanten.ac.id⁶

KATA KUNCI

*Sertifikasi
Pelaku Usaha,
Olahan Ayam,
Sosialisasi,
Halal,*

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima : 13/11/2025
Revisi : 16/11/2025
Disetujui : 30/11/2025
Dipublish : 31/12/2025

ABSTRAK

Pelaku usaha mikro olahan ayam di Desa Sindangsari, Kabupaten Serang, masih memiliki pemahaman terbatas mengenai pentingnya sertifikasi halal. Sertifikasi ini berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen muslim, memperluas akses pasar, dan menjamin kepatuhan terhadap prinsip syariah di seluruh rantai produksi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi halal melalui sosialisasi edukatif yang menjelaskan konsep, manfaat, dan prosedur sertifikasi halal sesuai regulasi nasional, khususnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Metode yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif dengan desain pre-test dan post-test tanpa kelompok kontrol terhadap tiga pelaku usaha yang dipilih secara purposif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur sebelum dan sesudah sosialisasi. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman signifikan pada aspek definisi makanan halal (100%), contoh makanan halal (99%), dan tujuan label halal (67%). Peningkatan moderat terjadi pada identifikasi bahan haram (20%) dan pemahaman makna logo halal (25%) karena sebagian peserta telah memiliki pengetahuan dasar sebelumnya. Temuan ini menegaskan bahwa sosialisasi berbasis nilai syariah dan regulasi efektif dalam meningkatkan kesadaran halal pelaku UMKM. Diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan praktis agar pelaku usaha tidak hanya memahami konsep halal, tetapi juga mampu menerapkannya secara konsisten dalam pengelolaan usaha yang berdaya saing dan berkelanjutan.

KEYWORD

*Certification,
Business Actor,
Processing Chicken,
Socialization,
Halal*

ARTICLE HISTORY

Accepted : 13/11/2025
Revision : 16/11/2025
Approved : 30/11/2025
Published : 31/12/2025

ABSTRACT

Micro-scale chicken processing entrepreneurs in Sindangsari Village, Serang Regency, have limited understanding of the importance of halal certification. This certification plays a vital role in building Muslim consumer trust, expanding market access, and ensuring compliance with Sharia principles across the production chain. This community service aimed to enhance halal literacy through educational socialization explaining the concept, benefits, and procedures of halal certification in accordance with national regulations, particularly Law No. 33 of 2014 concerning Halal Product Assurance. A quantitative approach with a pre-test and post-test design without a control group was applied to three purposively selected entrepreneurs. Data were collected using structured questionnaires before

* Penulis Korespondensi : risaaanggraini24@gmail.com (Risa Anggraini)

Diterbitkan oleh : Yayasan Kajian Riset Dan Pengembangan Radisi

and after the intervention. The results indicated significant improvement in understanding the definition of halal food (100%), examples of halal food (99%), and the purpose of halal labeling (67%). Moderate improvement occurred in identifying haram ingredients (20%) and interpreting the halal logo (25%) since participants had prior basic knowledge. These findings confirm that educational outreach integrating Sharia values and regulatory frameworks effectively enhances halal awareness among micro-entrepreneurs. Continuous mentoring is necessary to ensure that participants not only comprehend but also implement halal standards as part of sustainable and competitive business practices.

Ini adalah artikel akses terbuka dibawah lisensi [CC BY-NC-SA 4.0](#)



A. PENDAHULUAN

Konsumsi daging ayam di Indonesia terus meningkat seiring dengan harganya yang terjangkau dan kemudahan dalam pengolahannya menjadi berbagai jenis pangan. Hal ini menjadikan ayam sebagai komoditas utama dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani masyarakat. Budidaya ayam ras pedaging, dengan masa produksi yang relatif singkat dan permintaan pasar yang stabil, menawarkan peluang ekonomi yang menjanjikan, baik bagi peternak skala rumah tangga maupun usaha yang lebih besar (Wibowo, 2020). Di Desa Sindangsari, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, meskipun UMKM lebih dominan di sektor non-peternakan, aktivitas budidaya ayam tetap berlangsung untuk memenuhi kebutuhan lokal. Namun, pelaku usaha ayam skala mikro kerap menghadapi tantangan struktural, terutama terkait keterbatasan lokasi dan regulasi perizinan yang membatasi pengembangan peternakan komersial di dekat kawasan permukiman. Kendala ini menyebabkan skala usaha cenderung kecil dan kurang optimal dalam memanfaatkan potensi pasar yang terus berkembang.

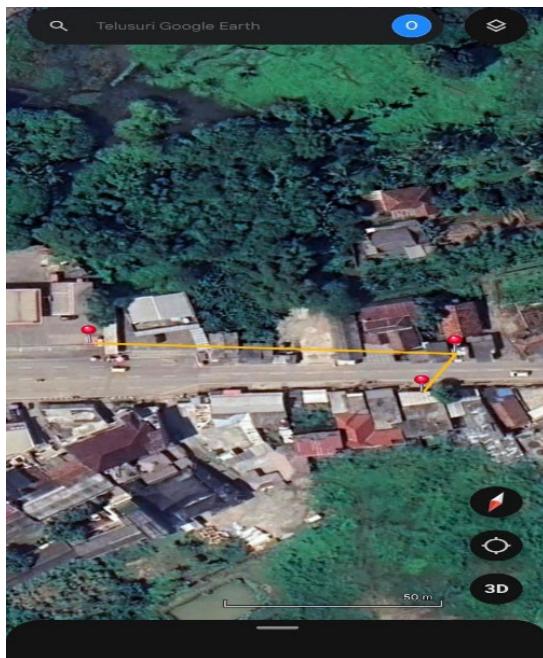
Sertifikasi halal yang dikelola oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjadi faktor krusial dalam memperkuat kepercayaan konsumen muslim terhadap produk pangan, termasuk olahan ayam. Sebelum 2019, Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) MUI merupakan satu-satunya lembaga pemberi sertifikasi halal di Indonesia. Tujuan utama sertifikasi ini adalah memberikan

perlindungan hukum dan kepastian bagi konsumen, sekaligus mendorong pelaku usaha mematuhi prinsip syariah dalam seluruh rantai produksi (Fauzi & Dewi, 2021). Bagi pelaku UMKM, kepemilikan sertifikat halal tidak hanya meningkatkan reputasi merek dan loyalitas konsumen, tetapi juga membuka akses ke pasar yang lebih luas, termasuk segmen internasional (Astuti & Fakhri, 2022). Penelitian terkini menunjukkan bahwa kesadaran dan penerapan sertifikasi halal secara efektif dapat meningkatkan daya saing produk melalui diferensiasi pasar serta memperkuat citra sebagai produk yang thayyib (baik dan aman) (Handayani et al., 2024). Pelaku usaha mikro olahan ayam di Desa Sindangsari masih menghadapi kesenjangan pengetahuan dan keterampilan terkait penerapan prinsip halal. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar belum memahami prosedur sertifikasi halal, belum memiliki dokumen legal seperti NIB, dan masih menganggap sertifikasi tidak wajib bagi usaha kecil. Minimnya pendampingan teknis serta keterbatasan akses informasi menyebabkan rendahnya kesadaran terhadap pentingnya jaminan halal dalam pengelolaan usaha. Kondisi ini menjadi dasar dilaksanakannya kegiatan sosialisasi sebagai upaya peningkatan literasi dan kesiapan pelaku usaha dalam menerapkan standar halal. Oleh karena itu, sosialisasi pentingnya sertifikasi halal menjadi langkah strategis untuk mendorong pelaku usaha olahan ayam di Sindangsari agar lebih siap bersaing di pasar modern yang semakin menuntut jaminan kualitas dan kehalalan. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk

meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha olahan ayam di Desa Sindangsari terhadap pentingnya sertifikasi halal melalui kegiatan sosialisasi dan edukasi

B. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *pre-test post-test* tanpa kelompok kontrol untuk mengukur peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai sertifikasi halal setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Subjek penelitian terdiri atas 3 pelaku usaha olahan ayam di Desa Sindangsari, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria: (1) aktif memproduksi olahan ayam, (2) belum memiliki sertifikat halal, dan (3) bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi kepada pelaku usaha dilakukan di RW 01 Desa Sindangsari, Kecamatan Pabuaran Kabupaten Serang, Provinsi Banten pada hari Rabu, 22 Oktober 2025.



Gambar 1
Peta Lokasi Sosialisasi

Alat yang digunakan pada kegiatan ini meliputi kamera dan alat tulis yang berfungsi untuk mendokumentasikan serta mencatat hasil pengamatan. Pada kegiatan ini tidak terdapat bahan yang digunakan, karena seluruh kegiatan hanya berfokus pada proses pengamatan dan pencatatan data tanpa melibatkan penggunaan bahan tambahan. Adapun tahapan kegiatan ini adalah Persiapan baik Materi ataupun alat yang

akan digunakan, selanjutnya koordinasi dengan ketua RW 01 Desa Sindangsari selanjutnya dilakukan pendataan pelaku usaha Chicken di Desa Sindangsari. Sosialisasi dilakukan dengan tatap muka dimana Narasumber menyampaikan materi sebelum menyampaikan materi pelaku usaha juga harus mengisi lembar *Pre-test* lalu ada sesi diskusi dengan pelaku usaha, di akhir pelaku usaha menisci kembali lembar *Post-test*. Adapun rumus yang digunakan dalam pembuatan table data hasil Adalah:

$$\% \text{ Peningkatan} = \left(\frac{\text{Skor Posttest} - \text{Skor Pretest}}{\text{Skor Pretest}} \right) \times 100\%$$

Rumus ini memungkinkan perbandingan relatif antara kondisi awal dan akhir, sehingga memberikan gambaran proporsional tentang seberapa besar peningkatan pemahaman setelah intervensi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil sosialisasi di Sindangsari menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep produk halal, sebagaimana terlihat dalam perbandingan skor *pre-test* dan *post-test* (Tabel 1). Peningkatan paling signifikan terjadi pada pemahaman definisi makanan halal (100%), di mana respons awal bersifat subjektif ("dibuat alami", "makanan umat Islam") berubah menjadi definisi normatif berbasis regulasi ("bukan dari najis", "berada di luar kategori haram"). Peningkatan juga terjadi pada aspek contoh makanan halal (99%) dan tujuan label halal (67%), menunjukkan pergeseran dari pandangan komersial ke pemahaman fungsional-syariah. Sebaliknya, aspek identifikasi bahan haram dan makna logo halal mengalami peningkatan kecil (masing-masing 20% dan 25%), karena sebagian peserta sebelumnya sudah memiliki pemahaman komersial ke pemahaman fungsional syariah. Sebaliknya, aspek identifikasi bahan haram dan makna logo halal mengalami peningkatan kecil (masing-masing 20% dan 25%), karena sebagian peserta sebelumnya sudah memiliki pemahaman dasar. Secara keseluruhan, temuan ini membuktikan bahwa pendekatan edukasi yang mengintegrasikan prinsip syariah dan regulasi nasional (UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal) efektif dalam meningkatkan literasi halal di kalangan pelaku usaha mikro.



Gambar 2
Dokumentasi Sosialisasi

Pemahaman awal peserta tentang makanan halal masih bersifat intuitif dan belum berlandaskan prinsip syariat Islam. Jawaban seperti “dibuat sendiri secara alami” atau “berasal dari sayuran” menunjukkan bahwa kehalalan dipahami sebatas jenis bahan, bukan pada proses dan status hukumnya. Setelah edukasi, peserta mulai mampu mendefinisikan makanan halal secara lebih tepat, seperti “yang tidak najis”, “tidak termasuk haram”, dan “baik menurut syariat”. Hal ini menunjukkan pergeseran dari pemahaman empiris menuju konsep normatif yang sesuai dengan Fatwa MUI dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Tabel 1

Perbandingan Pemahaman Peserta tentang Konsep Produk Halal Sebelum dan Setelah Edukasi

No	Aspek yang dinilai	Kondisi Awal (<i>Pre-test</i>)	Kondisi Akhir (<i>Post-test</i>)	Skor Awal	Skor Akhir	Persentase Perubahan
1	Definisi makanan halal	Subjektif: “dibuat alami”, “sayuran”, “makanan umat Islam”	Lebih luas: “bukan dari najis”, “berada di luar kategori haram”, “baik dan tidak haram”	1.00	2.00	100%
2	Contoh makanan halal	Spesifik & personal: “makanan bapaknya”, “chicken”	Lebih umum & kategoris: “nasi, tumbuhan, hewan (selain babi)”	0.67	1.33	99%
3	Tujuan label halal	Komersial: “agar laku”, atau keamanan umum: “biar aman”	Fungsional-syariah: “membedakan halal-haram”, “produk aman dan halal”	1.00	1.67	67%
4	Jenis bahan haram	Fokus pada kebersihan: “jorok”, “asal-asalan”; sebagian menyebut “minyak babi”	Spesifik syariah: “babi, bangkai, minyak babi”	1.67	2.00	20%
5	Makna logo halal pada kemasan	Subjektif: “dibuat alami”, “sayuran”, “makanan umat Islam”	Lebih luas: “bukan dari najis”, “berada di luar kategori haram”, “baik dan tidak haram”	1.00	2.00	100%

Temuan ini sejalan dengan penelitian Rummah (2022) yang menjelaskan bahwa makanan halal adalah makanan yang zatnya tidak dilarang, bergizi, dan diperoleh melalui cara yang sesuai syariat, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 88 dan QS. An-Nahl ayat 114. Kajian tersebut menegaskan pentingnya pemahaman masyarakat tentang prinsip kehalalan berdasarkan hukum Islam secara menyeluruh.

Contoh makanan halal yang diberikan pada *pre-test* cenderung bersifat personal dan tidak mencerminkan kriteria kehalalan, seperti “makanan yang dijual bapaknya” atau “chicken”. Hal ini mengindikasikan asumsi bahwa semua produk hewani otomatis halal. Pada *post-test*, peserta mulai menyebut kategori umum seperti “nasi”, “tumbuhan”, “hewan”, dan “selain babi”. Meskipun masih belum menyentuh syarat penyembelihan, perluasan cakupan contoh menunjukkan

peningkatan kesadaran bahwa kehalalan bergantung pada jenis dan asal bahan, bukan sekadar bentuk akhir produk.

Tren masyarakat yang gemar kuliner sering diiringi kurangnya perhatian terhadap status halal makanan. Banyak yang memilih berdasarkan selera tanpa mempertimbangkan aspek syariat. Padahal, Islam menegaskan bahwa makanan halal adalah yang tidak dilarang dalam Al-Qur'an maupun Hadis, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 173 yang melarang konsumsi bangkai, darah, daging babi, dan hewan yang disembelih bukan atas nama Allah (Rummah et al, 2022).

Label halal pada awalnya dipahami hanya sebagai alat pemasaran ("agar laku") atau sekadar jaminan keamanan ("biar aman"). Pandangan ini menunjukkan adanya kesalahpahaman bahwa label halal identik dengan sertifikasi mutu. Setelah dilakukan intervensi, persepsi peserta berubah ke arah yang lebih tepat, yakni melihat label halal sebagai sarana edukatif dan perlindungan konsumen, misalnya untuk "mengetahui mana yang halal dan haram" serta memastikan produk "aman dan halal". Meskipun istilah "aman" masih digunakan, maknanya kini mengacu pada kepastian hukum syariah sesuai dengan tujuan regulasi nasional.

Sejalan dengan hal tersebut, literatur menjelaskan bahwa label halal berfungsi memberikan kepastian dan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi. Label ini juga menjadi jaminan syariah atas bahan, proses, dan distribusi produk, sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produsen. Kebijakan ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang pelaksanaannya berada di bawah BPJPH dan MUI sebagai lembaga sertifikasi halal resmi di Indonesia (Faridah,2019).

Identifikasi bahan haram pada *pre-test* sebagian besar didasarkan pada aspek kebersihan fisik ("jorok", "asal-asalan"), yang menunjukkan bahwa kehalalan dipahami sebagai isu higienis. Namun, dua responden telah menyebut "minyak babi" dan "bangkai", menandakan adanya pemahaman dasar. Pada *post-test*, seluruh peserta secara konsisten menyebut "babi", "bangkai", dan "minyak babi" sebagai bahan haram—sesuai dengan kategori yang

ditetapkan dalam Fatwa MUI dan UU No. 33/2014. Hal ini menandai penguatan pemahaman kehalalan sebagai konsep syariah, bukan sekadar kebersihan.

Dalam beberapa perspektif, cara masyarakat memahami makanan halal haram tidak hanya dipengaruhi oleh ajaran agama, tetapi juga oleh konteks sosial dan kebiasaan hidup sehari-hari. Akibatnya, penilaian halal sering didasarkan pada aspek kebersihan, kesehatan, dan tampilan fisik makanan, bukan pada pemenuhan syarat-syarat syariah yang lebih kompleks (Rohmah, 2022).

Makna logo halal pada tahap awal dikaitkan dengan kualitas produk ("menunjukkan kualitas") atau keamanan konsumsi secara umum. Hal ini menunjukkan tumpang tindih antara sertifikasi halal dan sertifikasi keamanan pangan. Setelah edukasi, logo halal dipahami sebagai pernyataan bahwa "makanan itu halal" dan "membuat pembeli merasa aman" dalam konteks keyakinan. Perubahan ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami logo halal sebagai jaminan status syariah, bukan indikator kualitas teknis. Menurut penelitian oleh Shobri et al, (2023) dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Al-Iqtishad, label halal memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena dianggap sebagai jaminan keamanan dan kualitas produk bagi konsumen muslim, sedangkan variabel kualitas produk menunjukkan pengaruh yang lebih rendah terhadap keputusan pembelian.

D. KESIMPULAN

Sosialisasi dengan pendekatan edukatif yang memadukan nilai-nilai syariah dan ketentuan regulasi nasional terbukti efektif dalam meningkatkan literasi halal serta menumbuhkan kesadaran kolektif di kalangan pelaku usaha mikro. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat aspek pengetahuan individu, tetapi juga mendorong terbentuknya komitmen bersama untuk menata proses produksi secara lebih higienis, transparan, dan sesuai standar halal. Sebagai langkah keberlanjutan, diperlukan upaya lanjutan berupa pendampingan praktis dalam proses pendaftaran sertifikasi halal melalui platform *SiHalal* milik BPJPH serta pembentukan kelompok pelaku usaha halal di tingkat desa. Langkah ini diharapkan dapat memperkuat

ekosistem UMKM halal yang kompetitif, mandiri, dan berkelanjutan di wilayah Sindangsari.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para pelaku usaha olahan ayam di Desa Sindangsari, Kecamatan Pabuaran, Kabupaten Serang, yang telah berpartisipasi aktif sebagai mitra kegiatan. Kolaborasi, keterbukaan, dan antusiasme para mitra menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan sosialisasi ini. Meskipun kegiatan ini dibiayai secara mandiri tanpa dukungan dana eksternal, semangat kerja sama dan rasa tanggung jawab sosial tetap menjadi landasan utama bagi seluruh tim dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kesadaran dan penerapan prinsip halal di kalangan pelaku usaha mikro..

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R., & Fakhri, M. (2022). Manfaat sertifikasi halal terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dan kinerja usaha. *Jurnal Al-Uqud*, 6(1), 45–60.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78.
- Fauzi, A., & Dewi, D. C. (2021). Implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal

dalam perspektif hukum ekonomi syariah. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 51(2), 289–312.

- Handayani, P., Nurbaya, S. R., Khoffiah, N. N., Abror, M., & Gardiana, G. R. (2024). MSMEs Rises to the Next Level with Halal Certification by Muhammadiyah Business Actors in Candi Sidoarjo Branch. *Journal of Social Community Service*, 2(1), 88–95.
- Indonesia. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295.
- Rohmah, N. (2022). Konsumsi makanan halal perspektif antropologi. *Jurnal Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 45–56.
- Rummah, R., Hamidah, H., & Marsiah, M. (2022). Makanan dan minuman yang baik dan halal menurut Islam. Cendekia: *Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 2(3), 223–231.
- Shobri, H., Sugianto, & Muhammad, I. H. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Pembelian Produk Makanan Impor Kemasan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 589–604.
- Wibowo, K. C., Putri, D. S., & Hidayati, S. (2020). Analisis peramalan produksi dan konsumsi daging ayam ras pedaging di Indonesia dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan. *Majalah Teknologi Agro Industri (TEGI)*, 12(2), 59–65.