

Program Sosialisasi Halal dan Thayyib dari Pendekatan Psikologi dan Islam bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat

Karimulloh¹, Riselligia Caninsti^{2*}, Ade Nursanti³, Dedy Suseno⁴, Pendrianto⁵

^{1,2,3}Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas YARSI, Jakarta, Indonesia

^{4,5}Pusat Penelitian Halal, Universitas YARSI, Jakarta, Indonesia

e-mail: karimulloh@yarsi.ac.id¹, riselligia.caninsti@yarsi.ac.id^{2*}, ade.nursanti@yarsi.ac.id³, dedy.suseno@yarsi.ac.id⁴, pendrianto@yarsi.ac.id⁵

Informasi Artikel

Article History:

Received : 19 Agustus 2024
Revised : 10 September 2025
Accepted : 21 Oktober 2025
Published : 30 Oktober 2025

*Korespondensi:

riselligia.caninsti@yarsi.ac.id

Keywords:

Halal Certificate, Thayyib, UMKM

Hak Cipta ©2025 pada Penulis.
Dipublikasikan oleh Universitas
Dinamika



Artikel ini *open access* di bawah lisensi
CC BY-SA.

10.37802/society.v6i1.836

**Society : Jurnal Pengabdian dan
Pemberdayaan Masyarakat**

2745-4525 (Online)

2745-4568 (Print)

https://e-

journals.dinamika.ac.id/index.php/society

Abstract

For Muslims, halal and thayyiban in food and drink is an obligation. The importance of understanding for UMKM (Micro, Small and Medium Enterprises) regarding the use of halal raw materials in making food products must be increased, so that these business actors only make halal and thayyib food. Based on Law of the Republic of Indonesia Number 33 of 2014 concerning Halal Product Guarantees, every food, drink and even medicine product circulating in Indonesia is required to have a Halal Certificate. The importance of understanding the selection of halal raw materials and thayyib is an important support in the halal product certification process. Halal and thayyib socialization program from a psychological and Islamic approach aims to increase the knowledge of micro, small and medium enterprises. Then, they can register their products to obtain a Halal Certificate. Halal certificate is one of criteria for the public to consume food and drinks, so that the general public does not worry about the food or drinks they consume. The target of this program is JP42 and Optima Food Court YARSI business owner in Central Jakarta. The program was implemented on Wednesday - Thursday, 24-25 January 2024. The result on pre-test and post-test were processed using JASP Wilcoxon Signed Rank Test. Based on statistical analysis, the results showed a significant increase in participants' understanding oh halal and thayyib raw materials, how to process them, and how to obtain them. With this increase in knowledge, it is hoped that business actors can register their business products to obtain a Halal Certificate.

PENDAHULUAN

Keamanan makanan harus mendapatkan perhatian dari seluruh lapisan masyarakat. Makanan yang tidak aman dapat berdampak buruk terhadap kesehatan. Selain mengacu pada keamanan pangan, konsumsi makanan bagi umat muslim juga harus bersifat halalan toyyiban (Uljannah & Batubara, 2023). Hal ini sesuai dengan makna surat Al-Maidah ayat 88 sebagai berikut:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: Dan makanlah makanan yang halal lagi baik (thayyib) dari apa yang telah dirizkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

Dalam konteks pangan, makanan halal adalah makanan yang boleh dikonsumsi oleh umat Islam berdasarkan acuan Al-Qur'an dan Hadist. Sementara kata *thayyib* berarti lezat, baik dan sehat, sehingga kata *thayyib* mengandung arti makanan yang tidak kotor dari segi zatnya, tidak rusak, tidak kadaluarsa atau tercampur najis (Hasanah et al., 2021). Untuk membuat dan memproduksi bahan makanan yang aman dan halal *toyyiban* diperlukan suatu tanggung jawab dan pengetahuan yang baik tentang pengolahan bahan pangan.

Tata cara pengolahan bahan pangan hingga menjadi produk makanan dan minuman yang halal dan *thayyib* perlu menjadi perhatian banyak pihak. Saat ini masih banyak produk yang meskipun dinyatakan layak konsumsi belum mendapat Sertifikat Halal, sehingga belum dapat dipastikan kehalalannya. Produk yang mendapat Sertifikat Halal pun umumnya masih terbatas pada produk dengan merek/brand yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sementara itu, produk-produk UMKM masih banyak yang belum mendapatkan Sertifikat Halal (Agustina et al., n.d.). Sertifikat Halal pada produk makanan dan minuman dapat dilihat dari label halal pada kemasan produknya, atau tertera label halal di restoran, rumah makan, media sosial dan sarana media lainnya. Suatu produk yang telah memiliki sertifikat halal dapat dipastikan terjamin kehalalan dan *kethayyibannya*.

Sertifikasi halal adalah proses untuk memperoleh Sertifikat Halal dari suatu produk melalui beberapa tahapan. Di Indonesia, proses sertifikasi halal produk telah diselenggarakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sejak lebih dari tiga puluh (30) tahun yang lalu, dan sertifikat halal diterbitkan oleh MUI dengan masa berlaku dua tahun. Namun kewajiban bersertifikat halalnya bersifat sukarela (*voluntary*) (Chairunnisyah, 2017). Sedangkan berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, sertifikasi halal diselenggarakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal yang selanjutnya disingkat BPJPH. Sertifikat halal yang diterbitkan oleh BPJPH berlaku empat tahun dan sertifikasi halalnya bersifat wajib (*mandatory*) (Mukidi, 2020).

Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal menjadi landasan bagi masyarakat Indonesia untuk mendapatkan jaminan kepastian hukum mengenai kehalalan dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Dalam pasal satu (1) Undang-Undang di atas yang dimaksud dengan Produk adalah barang dan / atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetika serta barang gunaan yang dipakai atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini turut berperan terhadap pesatnya kemunculan berbagai produk. Ditinjau dari status halalnya, ada produk-produk yang semula difatwakan halal, namun setelah ditemukan adanya bahan-bahan yang diragukan kehalalannya maka status kehalalan dari produk tersebut bisa berubah status hukumnya (LPPOM MUI, 2008; Yaqub, 2022).

Kewajiban produk memiliki sertifikat halal berlaku untuk jenis-jenis produk yang diproduksi oleh pelaku usaha berskala mikro, kecil, menengah dan besar. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, dan Peraturan Menteri Agama Nomor 26 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, proses sertifikasi halal produk dilakukan secara bertahap. Tahap pertama untuk produk makanan dan minuman dimulai tanggal 17 Oktober 2019 sampai dengan 17 Oktober 2024. Sertifikasi halal untuk produk lainnya dimulai dari tanggal 17 Oktober 2021 hingga 17 Oktober 2026. Berdasarkan data Sihalal di akhir tahun 2024, terdapat lebih dari 5 juta produk yang telah mendapatkan sertifikat halal BPJPH. Jumlah produk halal dihasilkan oleh sekitar 1,5 juta pelaku usaha, baik pelaku usaha besar, menengah, kecil, dan mikro. Sekitar 1,4 juta diantaranya merupakan pelaku usaha mikro (BPJPH, 2024). Pemerintah melalui BPJPH terus berupaya menerbitkan sertifikat halal bagi pelaku usaha, khususnya pelaku

Usaha Mikro Kecil (UMK) seperti pedagang warteg, warung Sunda, rumah makan Padang dan usaha makanan/minuman sejenis. Hingga bulan September 2025, tercatat 9,6 juta produk telah memperoleh sertifikasi halal BPJPH (BPJPH, 2025). Peningkatan jumlah produk yang mendapatkan sertifikat halal didukung pula oleh terbitnya Keputusan Kepala BPJPH (Kepkaban) Nomor 146 Tahun 2025, yang memungkinkan skema *self-declare* dalam memperoleh sertifikat halal bagi warung makan dari pelaku UMK tersebut. Artinya, pelaku usaha dapat menyatakan sendiri kehalalan produknya, tanpa melalui pemeriksaan langsung oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Namun tetap diperlukan pernyataan tanggung jawab kehalalan produk disertai pendampingan dari Pendamping Proses Produk Halal (PPH) yang telah ditetapkan oleh BPJPH (BPJPH, 2025).

Pendampingan Sertifikat Halal merupakan salah satu layanan yang diberikan oleh petugas pendamping halal kepada pelaku UMKM yang belum pernah mendaftar sertifikasi halal. Kegiatan pendampingan dilakukan secara bertahap, mulai dari penyusunan dokumen Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), dilanjutkan dengan pengajuan sertifikasi halal ke BPJPH. Bentuk pengajuan sertifikasi dapat dilakukan melalui jalur *self declare* (gratis) maupun jalur reguler berbayar (<http://bbihpmm.kemenperin.go.id/layanan-jasa/pendampingan-halal>). Pada proses pendampingan diperlukan komitmen dari para pelaku usaha hingga sertifikat halal atas produk usahanya dapat terealisasi. Berdasarkan penelitian Sudarmiatin dkk. (2020) terhadap 30 partisipan pelaku usaha yang mengikuti pendampingan sertifikasi halal, ditemukan bahwa kesadaran halal dan pengetahuan tentang halal tidak berpengaruh terhadap niat untuk mengajukan sertifikasi. Namun, yang lebih mendorong niat mendapatkan sertifikat halal adalah tekanan internal dan eksternal, seperti keinginan untuk memiliki produk yang terstandar, dorongan dari pemerintah, dan harapan konsumen terhadap produk halal. Penelitian menyimpulkan bahwa dukungan nyata dan pendampingan merupakan unsur yang penting dalam memotivasi pelaku usaha agar bersedia mengajukan sertifikasi halal bagi produk usahanya (Sudarmiatin et al., 2020).

Kegiatan pendampingan sertifikasi halal pernah diselenggarakan di kota Makassar terhadap para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang menjadi binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Provinsi Sulawesi Selatan. Pada kegiatan pendampingan yang berlangsung selama 4 (empat) bulan dari Juni sampai dengan September 2022, hadir 40 mitra dari para pelaku usaha mikro dan kecil. Seluruh mitra kegiatan belum memiliki sertifikat halal. Melalui kegiatan pendampingan tersebut, 40 pelaku usaha mendapatkan kurasi dan sosialisasi *self declare*. Kemudian, 35 UMKM memenuhi persyaratan dan terverifikasi mengikuti program sertifikasi halal gratis melalui Surat Tanda Terima Dokumen (STTD). Hingga akhir September 2022, Majelis Ulama Indonesia telah menerbitkan 32 Sertifikat Halal bagi pelaku UMKM yang terlibat. Hasil pendampingan menunjukkan pentingnya sosialisasi dan edukasi yang terprogram kepada para pelaku usaha, agar mereka dapat menjamin produk yang dipasarkannya merupakan produk yang halal dan thayyib (Ilham et al., 2022).

Di Wilayah Cempaka putih cukup banyak ditemukan pengusaha UMKM yang menjual produk makanan dan minuman. Namun, data yang pasti mengenai jumlah UMKM belum terverifikasi. Di sekitar wilayah Cempaka Tengah, terdapat perkantoran, sekolah, rumah sakit dan perguruan tinggi yang menjadi target pasar dari pelaku UMKM. Berdasarkan hasil observasi tim penulis, ditemukan 3 titik pusat kuliner UMKM, seperti di foodcourt Universitas YARSI, pujasera Jakarta Pusat 42 (JP 42) yang berlokasi di belakang gedung Universitas YARSI dan Rumah Sakit YARSI, serta pujasera Jakarta Pusat yang berdekatan dengan Rumah Sakit Islam Jakarta dan Universitas Muhammadiyah Jakarta. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki sertifikat halal. Hal ini diketahui dari tidak adanya label halal di etalase makanan, serta berdasarkan wawancara singkat dengan para pedagang dan koordinator pedagang JP 42. Hasil penelitian Ismail (2025) pada sekelompok

mahasiswa di Tanzania menjelaskan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa untuk membeli produk makanan halal. Selain itu, persepsi interaksi konsumen dengan karyawan resto menjadi faktor penting yang memengaruhi niat membeli produk makanan halal di kalangan mahasiswa. Oleh sebab itu, pengusul memandang program sosialisasi halal dan thayyib dari pendekatan Psikologi dan Islam bagi pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat sangat perlu dilakukan. Informasi yang berkaitan dengan aspek-aspek psikologis dan motivasi merupakan ciri khas dalam sesi pendampingan/pelatihan. Tujuannya adalah meningkatkan pengetahuan, memotivasi dan menguatkan niat pelaku UMKM agar mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikat halal. Dengan demikian, masyarakat/konsumen merasa tenang dan nyaman atas makanan atau minuman yang dikonsumsi.

Tujuan program sosialisasi halal dan thayyib dari pendekatan Psikologi dan Islam, antara lain:

1. Diharapkan kegiatan pendampingan dapat diikuti oleh minimal 10 pelaku usaha makanan dan minuman di foodcourt Universitas YARSI dan Pujasera Jakarta Pusat 42 (42).
2. Meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM mengenai kehalalan dan kethayyiban produk makanan dan minuman.
3. Meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM mengenai proses untuk mendapatkan sertifikasi halal atas produk usahanya. Sehingga menambah jumlah produk UMKM yang tersertifikasi halal di Wilayah Cempaka Putih.
4. Meningkatkan motivasi pelaku UMKM untuk berkomitmen mengikuti pendampingan sertifikasi halal hingga mendapatkan sertifikat halal untuk produk makanan dan minuman, serta mempertahankan kualitas produk usahanya.

Program sosialisasi halal dan thayyib ini diharapkan bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan pelaku usaha mikro kecil dan menengah, agar mereka mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikat halal, sehingga masyarakat umum merasa tenang dan nyaman atas makanan atau minuman yang mereka konsumsi.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi halal dan thayyib dilakukan secara tatap muka selama 2 hari, melalui metode ceramah interaktif, diskusi, dan pendampingan teknis untuk proses usulan sertifikasi halal. Gambaran kegiatan sosialisasi, yaitu:

1. Waktu dan tempat pelaksanaan: Rabu dan Kamis (24-25 Januari 2024), pukul 13.00 – 16.00. Bertempat di Food Court Optima YARSI.
2. Partisipan: pelaku UMKM di foodcourt Optima YARSI dan Pujasera JP 42
3. Tahapan kegiatan:

Sesi pertama: Sebelum penyampaian materi, pelaksana kegiatan memberikan pre-test untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta mengenai produk halal dan thayyib. Dilanjutkan dengan materi sosialisasi halal dan thayyib dari pendekatan Islam, yang bertujuan memberikan pemahaman teologis dan normatif mengenai prinsip kehalalan serta konsep thayyib dalam perspektif ajaran Islam.

Sesi kedua: Materi mengenai halal dan thayyib dalam pendekatan psikologis, yang menekankan pentingnya aspek psikologis, kesadaran diri, dan motivasi dalam penerapan nilai halal-thayyib dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Sesi ketiga: Materi mengenai cara mendapatkan sertifikat halal bagi pelaku usaha. Di sesi ini, tim pendamping menjelaskan prosedur dan tahapan mendapatkan sertifikat halal, serta penjelasan teknis terkait mekanisme sertifikasi halal, baik melalui jalur reguler maupun *self declare*, sesuai peraturan BPJPH.

4. Target peserta: Sasaran sosialisasi dalam program ini adalah pelaku usaha, baik dari Jakarta Pusat (JP) 42 ataupun pelaku usaha di Food Court Universitas YARSI. Pada awalnya, target maksimum pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah 10 orang pelaku usaha. Namun berdasarkan minat yang cukup tinggi dari para pelaku UMKM kuota peserta yang mendaftar menjadi 31 orang.

Setelah ketiga pemaparan materi diberikan, tim pelaksana memberikan *post-test* dalam rangka mengukur pengetahuan partisipan terkait materi yang disampaikan. Apakah terdapat peningkatan pengetahuan peserta, khususnya mengenai produk halal dan thayyib? Selain itu, evaluasi pelaksanaan kegiatan juga dilakukan dengan meminta umpan balik dari peserta mengenai manfaat materi yang dipresentasikan, efektivitas metode penyampaian yang digunakan, serta sarana prasarana selama sosialisasi.



Gambar 1. Flyer Pengmas Halal dan Thayyib di hari pertama



Gambar 2. Sambutan dari Ibu Sukeshih Selaku Mitra Pengmas (Ketua JP 42)



Gambar 3. Pemateri Pertama terkait Halal dan Thayyib dari Pendekatan Islam



Gambar 4. Pemateri Kedua terkait Halal dan Thayyib dari Pendekatan Psikologis



Gambar 5. Pemateri Ketiga terkait Mendapatkan Sertifikat Halal bagi Pelaku Usaha



Gambar 6. Pemateri dan Para Pelaku usaha

Pertemuan kedua dilakukan pada hari kamis, 25 Januari 2024 dengan melakukan pendampingan alur proses sertifikasi halal, sehingga diharapkan pelaku usaha mendaftar dan mendapatkan sertifikat halal. Dari 31 peserta yang mengikuti program sosialisasi halal dan thayyib di hari pertama, 15 peserta yang tertarik untuk mendaftarkan usaha mereka ke sertifikat halal, 13 diantaranya sudah memiliki NIK, 12 sudah memiliki email, dan 6 sudah memiliki NIB, serta 1 pelaku usaha yang serius untuk melakukan “Pelatihan penyelia halal untuk pelaku usaha regular”.



Gambar 7. Flyer Pengmas Halal dan Thayyib Flyer di hari kedua



Gambar 8. Pendampingan Alur Proses Sertifikasi Halal Part 1



Gambar 9. Pendampingan Alur Proses Sertifikasi Halal Part 2

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Program sosialisasi halal dan thayyib dari pendekatan Psikologi dan Islam telah dilaksanakan pada hari Rabu dan Kamis, 24-25 Januari 2024 di Optima Food Court YARSI Jakarta Pusat. Kegiatan ini dilakukan dengan menyasar pelaku usaha di Jakarta Pusat Wilayah 42 (JP 42) dan pelaku usaha di Optima Food Court. Susunan acara dimulai dengan pembacaan ayat Al-Qur'an, dilanjutkan dengan sambutan dari Pimpinan Fakultas Psikologi Universitas YARSI (dalam kegiatan ini disampaikan oleh Wakil Dekan III, Bapak Johan Satria Putra, M.A), sambutan dari perwakilan mitra kerja sama, yaitu Ketua Pedagang JP 42 dan Ketua Pengurus Optima Food Court YARSI.

Program sosialisasi terdiri dari tiga sesi materi yang dimoderatori oleh Nurul Azka (mahasiswa Fakultas Psikologi YARSI). Sebelum pemaparan materi, tim penyuluh memberikan lembar kerja *pre-test* kepada para peserta, untuk memperoleh gambaran pengetahuan awal peserta mengenai konsep halal dan thayyib. Materi pertama disampaikan oleh Bapak Karimulloh, M.A., Ph.D, dengan tema "Sosialisasi Halal dan Thayyib dari Pendekatan Islam". Dilanjutkan dengan pemaparan materi kedua oleh Ibu Dr. Ade Nursanti, M.Ed yang mengangkat tema "Halal dan Thayyib dalam Pendekatan Psikologis", serta pemaparan materi ketiga oleh Bapak Dedy Suseno, M.Si. terkait "Cara Mendapatkan Sertifikat Halal bagi Pelaku Usaha". Setelah pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Program ditutup dengan pengisian lembar *post-test* dan evaluasi untuk mengidentifikasi perubahan tingkat pengetahuan peserta mengenai produk halal dan thayyib. Pengukuran ini juga bertujuan mengukur dampak langsung yang terjadi pada peserta yang menghadiri kegiatan sosialisasi ini. Peserta yang mengisi *pre-test*, *post-test* dan evaluasi pelaksanaan kegiatan berjumlah 27 orang. Sementara, 4 orang lainnya yang sudah mendaftar berhalangan hadir.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Skor Total *Post-Test* dan *Pre-Test*

	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Pre Test	27	11.407	1.670	0.321	0.146
Post Test	27	12.222	2.190	0.421	0.179

Pengolahan data statistik terhadap skor *pre-test* dan *post-test* program sosialisasi halal dan thayyib terlihat pada tabel 1. Data diperoleh dari 27 partisipan kegiatan sosialisasi yang mengisi *pre-test* sebelum sosialisasi diberikan, kemudian mengisi *post-test* di akhir sesi kegiatan sosialisasi. Pada tabel 1. Statistik deskriptif skor *pre-test* dan *post-test* diketahui nilai rata-rata *pre-test* (M=11,407; SD=1,670) dan *post-test* (M=12,222; SD=2,190). Berdasarkan hasil olah data dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata skor *post-test* yang diperoleh partisipan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai rata-rata skor *pre-test*.

Pengujian data dari perolehan skor *pre-test* dan *post test* dilakukan menggunakan teknik uji beda *Wilcoxon* melalui aplikasi JASP (*Jeffrey's Amazing Statistics Program*). Analisis statistik uji beda tersebut bertujuan mengkaji efektifitas penyuluhan halal dan thayyib yang dilihat dari perbedaan skor total sebelum dan skor total sesudah diberikannya penyuluhan. Berdasarkan hasil pengujian /olah data statistik diperoleh hasil bahwa skor total sebelum (*pre-test*) dan skor total sesudah (*post-test*) mengalami perubahan yang signifikan ($p < 0,05$). Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Analisis Uji Normalitas Skor Total *Post-Test* dan *Pre-Test*

	W	p
Pre Test - Post Test	0.904	0.017

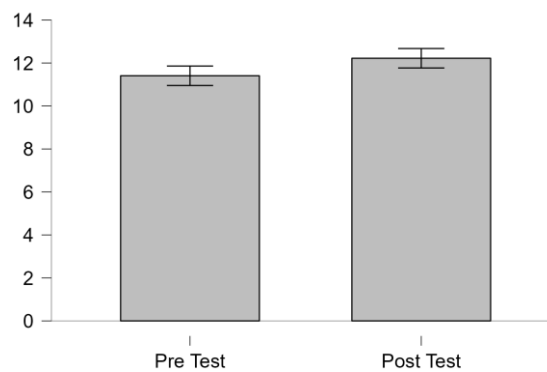
Note. Significant results suggest a deviation from normality.

Tabel 3. Hasil Analisis *Wilcoxon Signed Rank Test*

Measure 1	Measure 2	W	z	df	p
Pre Test	- Post Test	55.000	-2.321		0.019

Note. Wilcoxon signed-rank test.

Bar Plots Pre-Test dan Post Test



Gambar 10. *Bar Plots Pre-Test dan Post Test*

Berdasarkan hasil uji statistik terhadap skor *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan, diperoleh hasil adanya peningkatan dalam aspek kognitif atau pengetahuan pada peserta penyuluhan. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya peningkatan skor rata-rata (*mean*) dari data yang didapatkan. Berdasarkan uji *Wilcoxon Signed Rank Test* pada tabel 3, diketahui nilai signifikansi (*p-value*) untuk data *pre-test* dan *post-test* adalah 0,019 (<0,05), artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada pengetahuan peserta sosialisasi, antara sebelum dengan sesudah kegiatan sosialisasi (Diagram 1). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi produk halal dan thayyib telah memenuhi tujuan kegiatan pengabdian masyarakat, yakni meningkatkan pengetahuan peserta mengenai produk halal dan thayyib, serta pentingnya registrasi sertifikasi halal untuk produk makanan yang dihasilkan dari kegiatan usaha para peserta.

Pembahasan

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi halal dan thayyib menunjukkan adanya peningkatan dalam hal pengetahuan peserta mengenai produk halal dan thayyib. Berdasarkan uji *Wilcoxon Signed Rank Test*, diperoleh nilai signifikansi sebesar $p = 0,019$ (< 0,05), yang berarti terdapat perbedaan antara skor *pre-test* dan *post-test*. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa setelah mengikuti kegiatan sosialisasi, peserta mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai konsep halal-thayyib dan pentingnya sertifikasi halal bagi produk makanan yang dihasilkan.

Selama sesi pemberian materi dan diskusi, tim pelaksana mengobservasi peserta yang tampak antusias dan terbuka terhadap informasi yang disampaikan. Pemateri menekankan bahwa halal dan thayyib tidak hanya sekedar sertifikat, melainkan juga tentang niat baik dan tanggung jawab moral sebagai pelaku usaha. Beberapa peserta pada awalnya menganggap sertifikasi halal sebagai proses yang sulit dan berbiaya mahal. Sama halnya dengan anggapan pelaku UMKM bahwa pendaftaran HKI atas produk usaha adalah suatu pekerjaan yang sulit (Baihaqi dkk., 2021). Pada hasil di lapangan, setelah mendapatkan sosialisasi sertifikasi halal, mereka dapat memahami bahwa prosedur untuk mendapatkan sertifikat halal atas produk makanan dan minuman yang diproduksi, cukup

mudah. Pemahaman ini memperkuat semangat peserta untuk memperbaiki kualitas produk usaha, salah satunya dengan cara mendapatkan sertifikasi halal.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi menggabungkan aspek Islam dan Psikologi. Pembelajaran tidak hanya bersifat informatif, namun juga mengedepankan aspek moral dan emosional peserta. Berdasarkan perspektif Islam, konsep halal dan thayyib tidak hanya sekedar produk yang layak dan baik untuk dikonsumsi. Melainkan, ada nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial yang ditekankan untuk dipahami oleh pelaku usaha. Produk yang telah memenuhi standar halal harus dijamin dan dilabeli halal agar konsumen memiliki keyakinan terhadap status kehalalan produk yang dibeli (Nurrachmi dkk., 2020). Dalam ayat-ayat Al-Qur'an istilah halal dan thayyib mengandung makna ilmiah yang berimplikasi pada jenis dan sumber makanan, proses produksi, inovasi produk, aspek kesehatan dan kebersihan, serta kriteria legal produk pangan halal (Jaelani, 2022). Konsep ini juga sejalan dengan yang ditekankan oleh tim penyuluh di wilayah Desa Mlawang, Klakah, Lumajang, pada program edukasi mengenai Pemberian Makanan Tambahan (PMT) halal dan thayyib. Peserta program pelatihan adalah para kader Posyandu di Desa Mlawang. Edukasi yang diberikan oleh tim penyuluh khususnya mengenai kehygienisan dalam pengolahan, penyajian serta kandungan gizi pada makanan yang baik bagi anak, sebagai salah satu upaya pencegahan stunting (Badrotin Jabbar et al., 2025).

Pada aspek psikologi, peningkatan pengetahuan dapat dipahami sebagai bentuk perubahan kognitif yang mendorong motivasi intrinsik dari dalam diri pelaku UMKM untuk bertindak sesuai nilai moral yang diyakini benar. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) tindakan didahului oleh niat yang merupakan hasil dari interaksi antara sikap dan norma subjektif. Respons peserta yang antusias menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman, kesadaran ini akan menstimulasi sikap untuk berperilaku (mengusulkan sertifikasi halal untuk produk usaha). Hal ini sejalan dengan temuan Oemar dan Prasetyaningsih (2022), yang menyatakan bahwa edukasi berbasis nilai dan pendekatan interpersonal dapat menumbuhkan rasa percaya diri dan komitmen moral dalam menerapkan prinsip halal di kalangan pelaku usaha.

Kegiatan sosialisasi juga menjadi ruang interaksi antara pelaku usaha, akademisi, dan pendamping sertifikasi halal. Peserta dapat belajar, berdiskusi dan saling berbagi pengalaman dengan narasumber mengenai tantangan yang dihadapi dalam proses produksi hingga menjaga kualitas produknya. Interaksi yang terjadi antara peserta dan narasumber tergolong hangat. Oleh karena itu, tim pelaksana menilai kegiatan pengabdian masyarakat halal dan thayyib memberikan manfaat kepada para peserta, karena mampu memberikan tambahan informasi dan pengetahuan, memberi dampak pada cara berpikir, merasakan, dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam produksi serta menjaga kualitas makanan dan minuman halal.

KESIMPULAN

Program sosialisasi halal dan thayyib dari pendekatan Psikologi dan Islam telah berjalan dengan lancar pada hari Rabu dan Kamis, 24-25 Januari 2024 di Optima Food Court YARSI Jakarta Pusat. Bentuk kegiatan sosialisasi terdiri dari tiga sesi, yaitu penyampaian materi mengenai halal dan thayyib dari pendekatan Islam, psikologi dan juga cara mendapatkan sertifikat halal bagi pelaku usaha. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan terhadap kehalalan dan kethayyiban produk makanan dan minuman dari sisi Islam dan psikologis yang dimiliki oleh peserta. Tahapan selanjutnya adalah pendampingan intensif kepada pelaku UMKM yang akan mendaftarkan produk usahanya untuk mendapatkan sertifikat halal. Pendaftaran diusulkan ke Lembaga

Pemeriksa Halal (LPH) secara reguler, karena pelaku usaha tersebut telah mengikuti pelatihan penyelia halal untuk pelaku usaha reguler.

SARAN

Saran yang perlu diperhatikan untuk pengembangan program agar kegiatan serupa dapat berjalan lebih baik adalah:

1. Pendaftaran peserta dilakukan dengan sistem *refund*, yaitu jika peserta izin atau pulang lebih awal maka uang pendaftaran tidak akan kembali.
2. Peserta diperluas jangkauannya tidak hanya JP 42 dan *Optima Food Court*, tetapi bisa lebih luas seperti pelaku usaha di Jakarta Barat, Jakarta Timur dan lokasi lainnya.
3. Tema kegiatan berseri dan berkelanjutan seperti Sosialisasi Pembuatan NIB, Praktik dan Subsidi Sertifikasi Halal, serta Promosi atau Pemasaran untuk UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini. Kepada pedagang JP 42, *Optima Food Court* YARSI, dan kepada Rektor Universitas YARSI serta Yayasan YARSI yang telah mengizinkan dan memberikan bantuan finansial atas terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Y., Pratikto, H., Churiyah, M., Dharma, B. A., & Malang, U. N. (n.d.). *PENTINGNYA PENYULUHAN SERTIFIKASI JAMINAN*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2024, November 22). Kepala BPJPH: Sertifikasi halal untukindungi UMK dari serbuan produk halal luar negeri. BPJPH Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://bpjph.halal.go.id/detail/kepala-bpjph-sertifikasi-halal-untuk-lindungi-umk-dari-serbuan-produk-halal-luar-negeri>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025, Oktober 9). *Produk bersertifikat halal tembus 9,6 juta, BPJPH terus intensifkan kolaborasi dalam & luar negeri*. BPJPH Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://bpjph.halal.go.id/detail/produk-bersertifikat-halal-tembus-9-6-juta-bpjph-terus-intensifkan-kolaborasi-dalam-and-luar-negeri>
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025, Oktober 6). *Jelang wajib halal Oktober 2026, BPJPH berikan sertifikat halal gratis untuk warteg dan sejenisnya*. BPJPH Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://bpjph.halal.go.id/detail/jelang-wajib-halal-oktober-2026-bpjph-berikan-sertifikat-halal-gratis-untuk-warteg-dan-sejenisnya>
- Badrotin Jabbar, A. A. N., Nurazizah, D. R., Pangestu, F. A., Laili, I. N., Zahro, F., & Rahmawati, L. (2025). Penguatan Kader Posyandu Desa Mlawang Klakah Lumajang Melalui Pengolahan PMT Halal dan Thayyib sebagai Tindakan Preventif Cegah Stunting. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 212–225. <https://doi.org/10.37802/society.v5i2.813>
- Baihaqi, W. M., Prima, C., & Widiyanto, N. P. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Pendaftaran Merek Dagang bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Banyumas. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 68–74.
- Chairunnisyah, S. (2017). Peran majelis ulama indonesia dalam menerbitkan sertifikat Halal pada produk makanan dan kosmetika. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2).

- Hasanah, A. I., Fauziah, R., & Kurniawan, R. R. (2021). Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*.
- Ilham, B. U., Sultan, J., No, A., & Pos, K. (2022). Pendampingan Sertifikasi Halal Self Declare pada Usaha Mikro dan Kecil Binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu Sulawesi Selatan. 05, 20–25.
- Ismail, I. J. (2025). *Social Sciences & Humanities Open Halal brand quality and halal food purchasing intention among university students : The moderating effect of customer-employee interactions*. 11(February 2024).
- Jaelani, A. (2022). *Halal-Thayyib , Food Products , and the Halal Industry : A Thematic Analysis on Halal-Thayyib , Food Products , And The Halal Industry : A Thematic Analysis on the Verses of the Qur ' an*. December. <https://doi.org/10.24235/amwal.v14i1.10830>
- LPPOM MUI. (2008). Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM MUI. In *Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia*.
- Mukidi, M. (2020). Prosedur Pemberian Sertifikat Label Halal Terhadap Produk Makanan Di Restoran Hotel Syariah Untuk Mewujudkan Hak Kenyamanan Konsumen Muslim (Studi Di Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara). *Jurnal Hukum Kaidah: Media Komunikasi Dan Informasi Hukum Dan Masyarakat*, 19(3), 397–416.
- Oemar, H., & Prasetyaningsih, E. (2022). *food enterprises Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises*. February. <https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.1>
- Reviews, S. S., Nurrachmi, I., Saripudin, U., Faculty, S., Bandung, U. I., & Negeri, P. (2020). *MOTIVATION FOR PURCHASING HALAL PRODUCTS : THE INFLUENCE OF RELIGIOSITY , TRUST , AND SATISFACTION*. 8(5), 210–218.
- Sudarmiatin, S., Anam, F. K., & Wafaretta, V. (2020). *The Intention of Halal Certification by Micro Business*. 2020, 141–155. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i9.7322>
- Uljannah, A., & Batubara, C. (2023). Peran Sertifikasi Halal Food Pada Bisnis Sesuai Syariat Islam. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(2), 3343–3345.
- Yaqub, A. M. (2022). *Kriteria Halal-Haram untuk Pangan, Obat, dan Kosmetika Menurut Al-Qur'an dan Hadis*. Pustaka Firdaus.