



Implikasi Pertumbuhan Ekonomi Melalui Digital Marketing dan Sertifikasi Halal di Desa Karangrejo Kecamatan Manyar Gresik

Laily Rizky Amalia, Kholid Albar, Nurul Istifadhoh, Wiwik Saidatur Rolianah, Muhlis
Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik Jawa Timur

ABSTRAK

Implikasi pertumbuhan ekonomi melalui digital marketing dan sertifikasi halal telah diakui sebagai solusi untuk mendorong perkembangan industri Halal di Indonesia, khususnya di Desa Karangrejo Manyar. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kecakapan kepada masyarakat, mengembangkan pertumbuhan ekonomi dengan pemasaran digital dan sertifikasi halal di Desa Karangrejo. Hal ini berguna karena memikirkan tata kelola yang efektif namun konstruktif sebagai upaya pencapaian tujuan untuk bekal menghadapi pertumbuhan ekonomi di Desa Karangrejo. Metode yang digunakan Pada pelaksanaan kegiatan pendampingan ialah dengan melakukan pelatihan pengemasan dan pemasaran serta sertifikasi halal pada masyarakat untuk dapat mengembangkan pertumbuhan ekonomi, penggunaan teknologi digital telah memengaruhi semua aspek kegiatan termasuk pemasaran. Pemanfaatan pelatihan pemasaran digital diharapkan memulai bisnis untuk membangun jiwa wirausaha untuk menarik konsumen, mengiklankan produk, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan keuntungan, dengan adanya pelatihan sertifikasi halal dan pemasaran digital memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk aman dan bertransaksi melalui internet, memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen dengan penggunaan media sosial. Hasil kegiatan ini menyimpulkan bahwa digital marketing dan sertifikasi halal bagi pertumbuhan ekonomi sangat dibutuhkan pelaku usaha di Desa Karangrejo Manyar.

Kata kunci: Pertumbuhan Ekonomi, Digital Marketing, Sertifikasi Halal

Implications of Economic Growth Through Digital Marketing and Halal Certification in Karangrejo Village, Manyar Gresik District

ABSTRACT

The implications of economic growth through digital marketing and halal certification have been recognized as a solution to encourage the development of the Halal industry in Indonesia, especially in Karangrejo Manyar Village. This activity aims to provide for the community, develop economic growth with digital marketing and halal certification in Karangrejo Village. This is useful because it thinks about effective governance but builds efforts as a goal to deal with economic growth in Karangrejo Village. The method used in the implementation of mentoring is by conducting packaging and marketing training as well as halal certification for the community to be able to develop the economy, the use of digital technology, has affected all aspects of activities including marketing. The use of digital marketing is expected to attract businesses to build an entrepreneurial spirit for consumers, advertise products, maintain consumers, and increase sales which ultimately increase profits, with halal certification training and digital marketing enabling buyers to obtain all information about safe products and transact via the internet, uniting and providing for the needs and wants of potential customers through the use of social media. The results conclude that digital marketing and halal certification for economic growth are very much needed by business actors in Karangrejo Manyar Village.

Keywords: Economic Growth, Digital Marketing, Halal Certification

Penulis Korespondensi :

Laily Rizky Amalia
Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik Jawa Timur
E-mail : laily_1918229034@steikassi.ac.id
No. Hp : +6289687000991

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator yang menandakan berhasilnya pembangunan ekonomi sebuah negara. Kemajuan ekonomi tergantung pada pertumbuhan output nasional. Pertumbuhan perekonomian merupakan upaya untuk meningkatkan kapasitas produksi untuk mencapai prestasi tambahan, keluaran diukur pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam suatu wilayah.(Adisasmita 2013)

Simon Kuznets menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi merupakan meningkat berkepanjangan kemampuannya, negara dapat menawarkan berbagai macam produk ekonomi bagi penduduk. Naiknya kapasitas dimungkinkan oleh kemajuan atau penyesuaian – penyesuaian teknologi, institusional dan ideologis untuk situasi yang berbeda.

Pemasaran digital pertama kali diakui pada awal 1990-an, itu mulai berkembang di tahun 2014 jadi sebuah tujuan yang pertama dan sering digunakan pada lingkungan perbisnisan ini. Pemasaran digital adalah perwujudan dari eksekusi, penggunaan teknologi dalam setiap proses pemasaran yang dilakukan; dalam langkah-langkah berikut.(Ryan 2014)

Pemasaran digital telah berkembang dengan pesat sejak penggunaan Internet semakin canggih. Tingkat penggunaan ini dipicu oleh kehadiran smartphome. Namun pemanfaatan digital marketing belum banyak diadopsi oleh para pelaku bisnis khususnya UMKM. Oleh karena itu, perlu mengetahui dan memahami baik strategi maupun jenis digital marketing. Strategi pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan teknologi informasi yang semakin berkembang.(Rapitasari 2016)

Halal lifestyle sedang melanda dunia, tidak hanya negara dengan penduduk

mayoritas muslim, namun juga di negara dengan penduduk muslim minorit(Hidayat, AS. dan Siradj 2015). Setiap negara memiliki kebijakan sertifikasinya sendiri. Penyelenggara sertifikasi dapat diperoleh dari organisasi pemerintah maupun non pemerintah.(Faridah 2019)

Beberapa strategi yang dapat digunakan dalam upaya perencanaan ekonomi daerah dimana semua strategi mempunyai tujuan dalam mencapai pertumbuhan ideal untuk setiap wilayah atau wilayah. Strategi yang umum digunakan yang telah menjadi populer selama beberapa dekade terakhir adalah strategi kutub pertumbuhan. Strategi growth center ini secara khusus fokus pada pemasaran digital dan sertifikasi halal desa Karangrejo untuk mendorong kegiatan ekonomi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan suatu daerah.(EkGalina 2012)

Ada tiga faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, akumulasi modal, pertumbuhan penduduk juga teknologi yang maju. Perroux mengklaim kota itu adalah "tempat sentral" dan kutub pertumbuhan. Pertumbuhan hanya terjadi di beberapa tempat, terutama di daerah perkotaan yang disebut pusat pertumbuhan, dengan intensitas yang bervariasi. Pembangunan pada wilayah pusat pertumbuhan terkonsentrasi dengan mikro Usaha kecil dan menengah di wilayah desa Karangrejo akan mendorong pertumbuhan ekonomi pada gilirannya akan mendorong kegiatan pembangunan daerah. Pedoman pemerintah dengan UMKM harus diikuti dengan pemasaran digital dan sertifikasi halal Oleh karena itu, dapatkah kondisi ini secara alami meningkatkan daya tarik pertumbuhan ekonomi.

Dampak terhadap kegiatan ekonomi masyarakat adalah produk-produk yang dihasilkan di daerah-daerah pusat pertumbuhan diekspor untuk digunakan oleh

industri lain di sekitarnya (interior), sedangkan di sisi lain menciptakan peluang bagi produk-produk yang dibuat di sekitar growth hub untuk dimanfaatkan oleh industri di growth hub. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi diperlukan untuk mempercepat perubahan struktur perekonomian daerah menuju perekonomian yang tumbuh dan dinamis didorong oleh UMKM, perusahaan yang tangguh dan memiliki basis pertumbuhan sektor dengan potensi besar. Pertumbuhan ekonomi diperlukan untuk mendorong dan merangsang pembangunan bidang lain, serta sebagai kekuatan utama untuk peningkatan pemasukan masyarakatnya. Penggunaan teknologi untuk memandu pertumbuhan ekonomi telah membuat proses produksi, pemasaran, penjualan, dan bisnis bisa lebih efisien dan efektif secara keseluruhan. Konektivitas yang terjalin juga memberi banyak pelaku bisnis akses baru ke modal dan pasar.

Dalam offline menjadi pembeda yang kuat untuk memberikan kontribusi yang konteks ini, Philip Kotler menjelaskan teori Marketing 4.0 atau pemasaran digital dengan pendekatan teknik pemasaran baru untuk mendukung pemasar mengantisipasi dan mengelola dampak teknologi. Konsep tersebut memadukan interaksi online dan offline antara bisnis dan pelanggan perusahaan, karena pada kenyataannya, khususnya dalam perkembangan dunia online, sentuhan lebih besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini sesuai dengan peran strategis industri halal dalam perekonomian nasional, sebagaimana tercermin dari banyaknya negara di dunia yang berupaya mengembangkan industri halal, termasuk negara-negara dengan populasi muslim yang relatif kecil seperti Brazil, Thailand, Korea Selatan, Selatan, Jepang dan Cina.

Dalam rangka menyelaraskan pertumbuhan ekonomi antar wilayah dalam suatu wilayah, diperkenalkan konsep pendekatan, dengan Pengembangan melalui pemasaran digital dan sertifikasi Halal sebagai pusat pertumbuhan ekonomi. Pendekatan dengan ruang lingkup pemasaran digital dan sertifikasi Halal dirancang untuk mengembangkan pertumbuhan ekonomi. Pemasaran digital dan sertifikasi Halal sebagai pusat pertumbuhan ekonomi bertujuan untuk mengidentifikasi kegiatan ekonomi yang bermanfaat untuk mengidentifikasi aktifitas-aktifitas ekonomi yang menjadi keunggulan dalam pertumbuhannya. Adapun labelisasi halal adalah izin untuk menambahkan kata halal paket produk dari perusahaan oleh Badan POM. (Agus 2017)

Digital marketing dan sertifikasi halal yang kondusif dalam perekonomian merupakan sebuah harapan bagi seluruh lapisan masyarakat, utamanya masyarakat UMKM di Desa Karangrejo, dikarenakan banyaknya produk usahanya yang belum berlabel halal serta masih sedikit orang yang memasarkan produknya secara digital marketing yang dimana ketika produk yang bersertifikasi halal dan luasnya pemasaran merupakan salah satu pengaruh dalam sebuah pertumbuhan ekonomi. Terkait dengan hal tersebut maka digital marketing dan sertifikasi halal berpengaruh terhadap kegiatan pertumbuhan ekonomi. Kajian yang terkait dengan hal tersebut telah banyak mendapatkan perhatian baik dari UMKM Di desa Karangrejo. Namun pertumbuhan ekonomi selain dipengaruhi oleh digital marketing dan sertifikasi halal dipengaruhi pula oleh faktor lainnya. Karena itu dipandang perlu adanya suatu kajian mengenai dimensi lain yang patut diduga berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi di Desa Karangrejo Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik. Oleh

karena itu, penulis berminat mengkaji penelitian dengan judul "Implikasi Pertumbuhan Ekonomi Melalui Digital Marketing dan Sertifikasi Halal di Desa Karangrejo Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik".

METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan melakukan pendekatan kepada para masyarakat Di Desa Karangrejo, dengan melakukan wawancara dan survey mengenai pertumbuhan ekonomi melalui digital marketing dan sertifikasi halal. Metode pelaksanaan pengabdian menggunakan teknik penyuluhan dan pelatihan menggunakan seminar pelatihan secara langsung tepat di balai desa Di Desa Karangrejo. Dalam penyuluhan dan pelatihan hal yang dibahas antara lain materi dari nara sumber, diskusi, forum dan tanya jawab, kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 13 Agustus 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta yang hadir sebanyak 35 orang masyarakat dari 16 RT terpilih. Media sosial yang dipakai adalah Shopee, Facebook, Instagram serta WhatsApp karena platform ini yang paling familiar bagi mereka. Hampir 20 persen peserta menggunakan media sosial, hal tersebut belum maksimal dilakukan untuk pemasaran produk tersebut. Untuk digital marketing ada beberapa hal yang membuat pelaku usaha yang ada di Desa Karangrejo sedikit kesulitan yakni dalam hal konsisten dan waktu yang pas berjualan secara digital marketing, yang dengan cara upload foto produk pada jam apa dan efektifnya pembeli melihat upload an tersebut, daripada berjualan secara online atau digital marketing lebih mudah langsung bertransaksi dengan pembeli atau berjualan secara konvensional ujar pelaku usaha tersebut. Solusi yang dipaparkan

pemateri mengenai hal yang belum maksimal tersebut adalah langkah pertama berjualan secara digital marketing bisa dikatakan harus sabar dan terus rajin upload secara bertahap karena orang lama kelamaan pasti akan tertarik dengan sendirinya karena kita rajin sekali posting foto produk usaha kita secara online meskipun hanya lihat lewat sosial media dan tentunya dengan foto yang lumayan menarik untuk waktunya sendiri pemateri memberikan saran agar upload foto pada jam dimana orang lagi sering-sering nya membuka *gadget* nya tersebut termasuk dimana seseorang sebelum memulai aktivitasnya sekitar jam 07.00 dimana orang belum memulai bekerja. Serta kemungkinan pengembangan selanjutnya banyak orang yang tidak memahami banyak platform marketplace ada yang cuma tau whatsapp ada juga yang tahu salah satunya dan ada juga yang tau semuanya tapi tidak banyak nah solusi untuk selanjutnya jika produk sudah mulai berkembang disarankan agar memakai jasa admin yang mengerti lebih mengenai berbagai platform marketplace agar usahanya lebih maksimal dan lebih berkembang.

Selain menganggap pembuatan konten digital marketing cukup sulit sertifikasi halal juga penting untuk meningkatkan daya tarik pembeli karna produknya bersertifikasi halal, mereka juga merasa kurang mampu melakukan pemasarannya dan proses membuat produk mereka bersertifikasi halal sehingga, konten dan produk yang ditawarkan kepada konsumen kurang menarik yang mengakibatkan produk kurang diminati. Sebanyak 15 persen peserta lainnya belum pernah menggunakan media sosialnya dan membuat produk bersertifikasi halal sebagai sarana pemasaran. Mereka enggan untuk mencobanya karena kurang paham dengan cara pembuatan produk agar bersertifikasi halal dan serta penggunaan media sebagai

sarana marketing dan mengembangkan pertumbuhan ekonomi.

Model pelatihan dan penyuluhan harus sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, proses. Supaya masyarakat diharapkan lebih serius dan aktif berpartisipasi dalam pelatihan berpengalaman dalam pelatihan digital marketing dan sertifikasi halal menjadi wirausahawan yang mandiri dan sukses. Penyuluhan yang biasanya hanya menggunakan satu metode yaitu ceramah berubah menjadi pelatihan yang menggunakan berbagai macam metode termasuk diskusi dan pre test. Dengan fasilitas lampiran dan grup Whatsapp, konektivitas peserta pelatihan tidak terbatas ruang dan waktu. Dengan sangat kooperatif, masyarakat dari banyak sekali kemampuan dapat saling membantu untuk pengembangan jiwa kewirausahaan para peserta pelatihan untuk sukses bersama.

Selanjutnya pelatihan sertifikasi halal serta pemasaran secara digital marketing pada tumbuhnya perekonomian memprioritaskan pada pembentukan perilaku seseorang agar menjadi lebih kuat dan berani dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dengan berbagai risiko yang dihadapi. Pelatihan pembuatan produk agar bersertifikasi halal dan pemasaran secara digital marketing untuk menjadikan banyak wirausaha masyarakat agar bisa mencurahkan waktunya, tenaga serta ide-ide kreatif yang lebih banyak untuk menanggung resiko-resiko seperti resiko finansial, psikis serta resiko sosial yang menyertainya. Seorang pelaku usaha sangat berorientasi pada keuntungan finansial sehingga hasil kerja kerasnya akan dihargai dengan imbalan berbentuk uang dan kepuasan diri.



Gambar 1. Sosialisasi Pelatihan dan Pemasaran UMKM Secara Digital Marketing Serta Sertifikasi Halal di Desa Karangrejo Kecamatan Manyar

KESIMPULAN

Acaranya pelatihan berjalan dengan lancar, serta masyarakatnya sendiri terlihat antusias mengikuti materi dan pelatihan yang disampaikan, selain itu praktek pembuatan produk bersertifikasi halal dan penggunaan sosial media memberikan kemudahan peserta dalam melakukan kegiatan awal berwirausaha untuk bekal menghadapi persaingan memasuki perkembangan pertumbuhan ekonomi. Masyarakat agar memperoleh pengetahuan terbaru, jadi agar bisa memaksimalkan potensi dirinya dengan berfikir inovatif dan kreatif.

Hasil yang diperoleh oleh pelaku usaha yang hadir salah satunya adalah terbukanya wawasan akan pentingnya upload produk secara konsisten agar customer merasa tertarik karena kelebihan dari digital marketing sendiri adalah efeknya sangat luar biasa karena jangkauannya yang sangat luas bisa seluruh Indonesia bahkan secara internasional. Kekurangannya ada faktor cocok dan tidakcocok antara pembeli dan penjual dalam berjualan antar secara online dan offline, kalau offline bisa melihat barangnya secara langsung sedangkan untuk online tidak bisa harus melewati foto dulu yang kadang berbeda karena efek cahayanya sendiri. Serta kemungkinan pengembangan

selanjutnya banyak orang yang tidak memahami banyak platform marketplace ada yang cuma tau whatsapp ada juga yang tahu salah satunya dan ada juga yang tau semuanya tapi tidak banyak nah solusi untuk selanjutnya jika produk sudah mulai berkembang disarankan agar memakai jasa admin yang mengerti lebih mengenai berbagai platform marketplace agar usahanya lebih maksimal dan lebih berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan jurnal ini. Saya sendiri sadar bahwa jika tidak adanya bantuan dan bimbingan dari semua pihak, cukup menyusahkan saya menyelesaikan jurnal ini.

Penulis sendiri sadar dalam karya tulis ini mempunyai banyak kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan karya tulis ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. 2013. "Teori-Teori Pembangunan Ekonomi."
- Agus, Panji Adam. 2017. "Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1(1): 150-65.

EkGalina, Pamela. 2012. "Implikasi Pusat Pertumbuhan Dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dan Penerimaan Di Kabupaten Muara Enim." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 10(2): 82-90.

Faridah, Hayyun Durrotul. 2019. "Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation." *Journal of Halal Product and Research* 2(2): 68.

Hidayat, AS. dan Siradj, M. 2015. "Sertifikasi Halal Dan Sertifikasi Non Halal Pada Produk Pangan Industri."

Rapitasari, Diana. 2016. "Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based Digital Marketing As a Strategy To Improve Customer Satisfaction Core." *Cakrawala* 10(2): 107-22.

Ryan, D. 2014. "Understanding Digital Marketing."