



## Edukasi Kehalalan dan Keamanan Produk Berbasis Literasi Komunikasi Digital di Gilangharjo Pandak Bantul

Aulia Syafadilla Azali<sup>1\*</sup>, Muhammad Nuh<sup>1</sup>, Dhea Rahmawati<sup>1</sup>, Yasti Rizkandar Saraswati<sup>1</sup>, Sapto Yuliani<sup>1</sup>, Eka Anisa Sari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Farmasi, Universitas Ahmad Dahlan, Jalan Prof. Dr. Soepomo, S.H., Janturan, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia, 55164

<sup>2</sup>Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Jalan Ringroad Selatan, Kragilan, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia, 5519

\*Email koresponden: [2408047027@webmail.uad.ac.id](mailto:2408047027@webmail.uad.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 26 Sep 2025

Accepted: 20 Okt 2025

Published: 30 Nov 2025

#### Kata kunci:

Edukasi Halal,  
Keamanan Produk,  
Literasi Digital.

### ABSTRAK

**Pendahuluan:** Perkembangan teknologi digital membawa dampak besar pada penyebaran informasi, termasuk terkait kehalalan dan keamanan produk. Namun, literasi masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), masih terbatas dalam memahami standar *halal-thayyib* dan keamanan pangan. Studi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Gilangharjo, Bantul melalui edukasi berbasis literasi komunikasi digital. **Metode:** Sosialisasi, pelatihan interaktif, simulasi penggunaan laman halal resmi, pendampingan, serta evaluasi. **Hasil:** Adanya peningkatan signifikan pengetahuan masyarakat dengan skor rata-rata pretest 41,53 meningkat menjadi 45,69 pada posttest ( $p=0,000$ ). Edukasi ini memberikan dampak positif yang merata tanpa dipengaruhi faktor usia maupun jenis kelamin. **Kesimpulan:** Edukasi kehalalan dan keamanan produk berbasis literasi digital efektif meningkatkan kesadaran masyarakat, mendorong perilaku konsumsi kritis, serta memperkuat kesiapan UMKM menghadapi sertifikasi halal nasional.

### ABSTRACT

#### Keywords:

Digital Literacy,  
Halal Education,  
Product Safety.

**Background:** The development of digital technology has had a significant impact on the dissemination of information, including regarding halal and product safety. However, public literacy, particularly among micro, small, and medium enterprises (MSMEs), is still limited in understanding halal-thayyib standards and food safety. This study aims to improve public understanding of Gilangharjo Village, Bantul through digital communication literacy-based education. **Method:** Socialization, interactive training, simulation of using the official halal website, mentoring, and evaluation. **Result:** There was a significant increase in public knowledge with an average pretest score of 41.53 increasing to 45.69 in the posttest ( $p=0.000$ ). This education had a positive impact that was evenly distributed regardless of age or gender. **Conclusion:** Education on halal and product safety based on digital literacy effectively increased public awareness, encouraged critical consumption behavior, and strengthened MSME readiness for national halal certification.



© 2025 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh dan menyebarkan informasi, termasuk terkait kehalalan dan keamanan produk. Di Indonesia, kewajiban sertifikasi halal mulai diberlakukan secara bertahap sejak tahun 2024 sehingga kebutuhan terhadap literasi komunikasi mengenai halal semakin mendesak. Fakta menunjukkan bahwa pengetahuan halal berhubungan erat dengan kesadaran dan preferensi konsumen dalam memilih produk (Novitasari et al., 2024; Nurhasanah & Az Zahra, 2023). Namun, penetrasi informasi yang begitu cepat melalui media digital sering kali tidak diikuti dengan pemahaman yang memadai, baik dari sisi pelaku usaha maupun masyarakat sebagai konsumen. Hal ini menjadikan literasi komunikasi digital sebagai sarana penting untuk menjembatani informasi *halal-thayyib* yang sesuai dengan prinsip islam (Adinugraha et al., 2025; Ratna et al., 2024). Kebutuhan sertifikasi halal semakin meningkat di era digital. Program ini memanfaatkan media sosial desa, website resmi BPJPH, serta platform pengecekan fakta sebagai sarana edukasi sehingga informasi yang disampaikan dapat dijalankan dan diakses oleh masyarakat secara cepat dan akurat.

Di tingkat masyarakat, terutama pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), masih banyak ditemui keterbatasan dalam memahami standar halal maupun keamanan produk, salah satu faktor yang menghalangi yaitu terkait persepsi mereka akan tingginya biaya pendaftaran (Sholeh et al., 2024; Siregar, 2023). Prinsip *halal-thayyib* tidak hanya menuntut produk bebas dari bahan haram, tetapi juga harus aman dan bermanfaat bagi kesehatan. Penelitian menunjukkan bahwa sebagian UMKM masih kurang memahami standar keamanan pangan serta berpotensi menggunakan bahan berbahaya yang tidak sesuai syariat maupun kesehatan (Mulyanto et al., 2023). Kondisi ini menimbulkan risiko beredarnya produk yang tidak sesuai standar halal dan keamanan, sehingga merugikan konsumen serta dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap produk lokal. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya edukasi yang menekankan pada literasi komunikasi digital agar pelaku UMKM dapat meningkatkan kapasitasnya dalam menjaga kualitas dan integritas produk halal. Berdasarkan penelitian (Purwanto et al., 2021) menyatakan bahwa keamanan produk meningkatkan alasan kesehatan bagi pembeli untuk memilih produk halal.

Meskipun literatur menunjukkan bahwa kesadaran halal dan literasi konsumen berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian produk halal, faktanya tingkat literasi halal di masyarakat pedesaan relatif lebih rendah dibandingkan dengan wilayah perkotaan hal tersebut didukung dengan data berdasarkan (Badan Pusat Statistik, 2024) mengenai indeks pembangunan literasi masyarakat sebesar 73,52%. Di sisi lain, transformasi digital dapat menjadi peluang strategis dalam memperkuat daya saing UMKM halal melalui pemasaran daring, asalkan didukung oleh literasi digital yang memadai. Sayangnya, banyak pelaku UMKM masih menghadapi hambatan dalam memahami regulasi, standar halal, maupun prosedur keamanan pangan sehingga kualitas informasi yang diterima konsumen sering kali belum optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan (gap) yang menuntut inovasi kegiatan pengabdian. Novelty dari kegiatan ini terletak pada penerapan pendekatan edukasi berbasis literasi komunikasi digital yang kontekstual dan partisipatif, disesuaikan dengan karakter sosial-budaya masyarakat. Perbedaan dengan program literasi digital sebelumnya yang pernah terselenggara bersifat *top-down* dan umum, sedangkan kegiatan ini memanfaatkan teknologi komunikasi sederhana dan platform digital lokal sebagai sarana edukasi yang lebih interaktif, aplikatif, dan mudah diadaptasi oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan model edukasi kehalalan dan keamanan produk berbasis literasi komunikasi digital di wilayah Gilangharjo, Bantul. Model edukasi yang dikembangkan berbasis pelatihan partisipatif dan pendampingan teknis, bukan sekadar sosialisasi satu arah. Melalui pendekatan ini, pelaku UMKM dilibatkan secara aktif dalam proses pembelajaran, mulai dari peningkatan pemahaman terhadap konsep *halal-thayyib*, hingga praktik langsung dalam mengomunikasikan informasi produk secara digital yang etis dan menarik. Fokus utama kegiatan ini diarahkan pada peningkatan pemahaman dan perubahan perilaku komunikasi digital pelaku UMKM. Artinya, program tidak hanya menargetkan peningkatan pengetahuan tentang standar kehalalan, tetapi juga membentuk kebiasaan baru dalam cara pelaku usaha mempromosikan, melabeli, dan mendeskripsikan produknya di media digital sesuai prinsip kehalalan.

Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan manfaat langsung kepada pelaku UMKM melalui peningkatan pemahaman terhadap standar *halal-thayyib*, kemampuan mengomunikasikan informasi produk secara digital dengan benar dan persuasif, serta peningkatan kesadaran masyarakat dalam memilih produk yang aman dan halal. Dengan adanya program ini, diharapkan daya saing UMKM lokal dapat meningkat, kepercayaan konsumen semakin kuat, serta tercipta ekosistem produksi dan konsumsi yang sehat sesuai prinsip syariah. Secara lebih luas, kegiatan ini berkontribusi terhadap penguatan ekonomi halal nasional yang tengah berkembang pesat dalam skala global.

## MASALAH

Permasalahan utama UMKM di Padukuhan Daleman dan Jomboran adalah rendahnya pemahaman terhadap standar *halal-thayyib* dan keamanan produk. Sebagian besar pelaku usaha masih berfokus pada keberlangsungan bisnis tanpa memperhatikan aspek bahan, proses produksi, dan distribusi sesuai prinsip halal. Keterbatasan literasi digital juga menjadi hambatan dalam mengakses informasi resmi terkait kehalalan, sehingga banyak yang bergantung pada sumber tidak valid. Oleh karena itu, dibutuhkan pendampingan dan edukasi praktis berbasis komunikasi digital yang sederhana dan sesuai konteks lokal agar pelaku UMKM mampu memahami regulasi sertifikasi halal, menghindari bahan berbahaya, serta meningkatkan daya saing produk halal dan aman.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pendidikan masyarakat, pelatihan, advokasi, dan difusi IPTEKS. Pemilihan keempat metode tersebut didasarkan pada pendekatan *community-based education* yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pembelajaran dan perubahan sosial (Freire, 1970). Metode pendidikan masyarakat digunakan untuk meningkatkan kesadaran *halal-thayyib* melalui sosialisasi dan penyuluhan. Metode pelatihan diterapkan dengan seminar dan praktik literasi digital agar peserta belajar melalui pengalaman langsung (Kolb, 1984). Metode advokasi dilakukan melalui pendampingan intensif sebagai bentuk pemberdayaan (*empowerment*) agar peserta mampu menerapkan nilai halal dalam aktivitas usaha. Sementara itu, difusi IPTEKS digunakan untuk memperkenalkan aplikasi dan teknologi digital yang relevan, sesuai teori *Diffusion of Innovations* (Rogers, 2003). Integrasi keempat metode ini memastikan proses edukasi berlangsung komprehensif, mulai dari peningkatan pengetahuan, pembentukan keterampilan, hingga perubahan perilaku digital pelaku UMKM secara berkelanjutan. Tahapan kegiatan dilakukan sebagai berikut:

## Sosialisasi Tahap Awal

Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan program kepada masyarakat melalui pertemuan tatap muka bersama tokoh masyarakat, penyebaran informasi via media sosial desa, serta koordinasi dengan perangkat desa. Pada tahap ini, peserta diperkenalkan mengenai pentingnya sertifikasi halal, keamanan produk, serta isu hoaks terkait pangan, kosmetik, dan farmasi.

## Pelatihan Edukasi Kehalalan dan Keamanan Produk

Pelatihan dilakukan dalam bentuk seminar interaktif dan praktik sederhana, meliputi:

- Pengenalan dasar kehalalan produk makanan, minuman, kosmetik, dan obat-obatan.
- Identifikasi bahan berbahaya dan tidak sesuai syariat, seperti formalin, boraks, atau gelatin non-halal.
- Literasi digital: cara mengenali berita hoaks produk di media sosial.
- Diskusi kelompok dan tanya jawab mengenai tantangan yang dihadapi masyarakat.

## Penerapan Literasi Digital

Peserta diajak mempraktikkan penggunaan media digital dalam memverifikasi informasi produk. Simulasi dilakukan dengan cara pencarian data produk halal melalui situs resmi BPJPH dan BPOM, serta penggunaan platform pengecekan fakta untuk memastikan kebenaran informasi yang beredar di media sosial.

## Pendampingan dan Evaluasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 49 peserta yang terdiri atas pelaku UMKM di wilayah Gilangharjo, Bantul. Peserta dipilih secara *purposive sampling*, yaitu berdasarkan keaktifan dalam kegiatan ekonomi dan kesediaan mengikuti seluruh program. Kegiatan dilaksanakan selama satu bulan (Agustus-September 2025) melalui empat tahap, yaitu sosialisasi kegiatan selama satu hari, pelatihan literasi digital selama dua hari, pendampingan teknis selama empat minggu, dan evaluasi akhir selama satu minggu. Untuk melihat peningkatan hasil, digunakan *pretest* dan *posttest* berupa kuesioner sederhana dengan tiga indikator utama, yaitu pemahaman tentang konsep *halal-thayyib*, kemampuan menggunakan media digital, serta kemampuan membedakan informasi benar dan hoaks. Instrumen ini diperiksa oleh dua dosen ahli dan empat mahasiswa magister farmasi untuk memastikan kesesuaian isi dengan tujuan kegiatan. Evaluasi juga dilakukan melalui testimoni, wawancara singkat, dan survei sederhana untuk menilai perubahan pengetahuan dan perilaku peserta. Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan Uji *Wilcoxon Signed Rank Test* untuk melihat adanya peningkatan skor yang signifikan antara sebelum dan sesudah pelatihan.

## Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan, peserta didampingi dalam pembuatan akun *e-commerce* / perdagangan elektronik sehingga produk halal dan aman dapat dipasarkan secara lebih luas. Selain itu, direncanakan pelatihan lanjutan mengenai strategi pemasaran digital produk halal dan aman bagi UMKM lokal. Mekanisme monitoring jangka panjang dilakukan melalui grup komunikasi daring dan kunjungan lapangan berkala untuk memantau perkembangan usaha peserta. Indikator yang diamati meliputi peningkatan penjualan, perluasan pasar, serta konsistensi penerapan prinsip *halal-thayyib*.

dalam produksi. Evaluasi dampak sosial ekonomi dilakukan melalui survei dan wawancara mendalam untuk menilai perubahan pendapatan, jumlah pelanggan, dan tingkat kemandirian digital peserta. Hasil monitoring ini digunakan sebagai dasar untuk menyusun rekomendasi dan program lanjutan yang lebih berkelanjutan bagi penguatan UMKM berbasis halal di tingkat desa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai edukasi kehalalan dan keamanan produk berbasis literasi komunikasi digital ini dilaksanakan di Desa Gilangharjo, Bantul dengan melibatkan sebanyak 49 peserta dari berbagai kelompok usia dan latar belakang. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya memahami prinsip *halal-thayyib* dan kemampuan memverifikasi keamanan produk melalui media digital.

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan edukasi, serta monitoring dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan observasi lapangan dan diskusi bersama perangkat desa untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat. Hasil observasi menunjukkan masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami proses sertifikasi halal serta cara mengecek keaslian produk secara daring melalui situs BPJPH dan BPOM. Berdasarkan temuan tersebut, tim menyusun materi edukasi interaktif yang memadukan unsur literasi digital, kesehatan, dan prinsip kehalalan.



**Gambar 1.** Sosialisasi Edukasi Kehalalan dan Keamanan Produk Berbasis Literasi Digital

Tahap pelaksanaan kegiatan diawali dengan pengisian pre-test untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta tentang kehalalan dan keamanan produk. Selanjutnya, kegiatan dibagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama berisi penyampaian materi mengenai konsep dasar produk halal, keamanan pangan, dan pentingnya literasi digital dalam mengenali informasi produk yang benar. Penyampaian dilakukan secara interaktif agar peserta lebih mudah memahami hubungan antara aspek religius, kesehatan, dan keamanan dalam produk yang mereka konsumsi. Sesi kedua berupa praktik langsung menggunakan aplikasi dan situs resmi seperti BPJPH Halal Center dan BPOM *Check Product*. Peserta diajak memindai *barcode* atau mengetik nama produk untuk memverifikasi status kehalalan dan keamanannya. Melalui simulasi ini, peserta menjadi lebih aktif dan percaya diri dalam memastikan kehalalan produk, sekaligus terbiasa menerapkan prinsip kehati-hatian dalam kehidupan sehari-hari. Rincian karakteristik responden disajikan pada [Tabel 1](#).

**Tabel 1.** Karakteristik Responden Pengabdian Masyarakat

Karakteristik	Kategori	Responden (n)	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	2	4,1
	Perempuan	47	95.9
Usia (Tahun)	21-30	26	53.1
	31-40	5	10.2
41-50	12	24.5	
	51-60	3	6.1
	61-70	3	6.1

Berdasarkan [Tabel 1](#) dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan (95,9%) dan sebagian besar berusia 21–30 tahun (53,1%). Kondisi ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda, khususnya perempuan, memiliki ketertarikan tinggi terhadap isu kehalalan dan keamanan produk. Perempuan juga berperan penting dalam menjaga kesehatan dan kelayakan pangan keluarga, sehingga edukasi yang menyasar kelompok ini menjadi langkah strategis. Beberapa faktor seperti persepsi keagamaan, pengaruh sosial, dan tingkat literasi turut memengaruhi kesadaran generasi muda terhadap pentingnya produk halal ([Hakiki & Priantina, 2024](#)).

**Tabel 2.** Analisis Data *Pre-test* dan *Post-test*

Variabel	Responden (n)	Mean ± SD	Min-Max	p-value
<i>Pretest</i>	49	41.53 ± 5.76	11-48	
<i>Posttest</i>	49	45.69 ± 3.41	37-50	0.000*

Setelah kegiatan edukasi selesai, peserta mengisi post-test untuk menilai peningkatan pengetahuan. Hasil pengukuran menunjukkan peningkatan skor rata-rata dari  $41,53 \pm 5,76$  pada *pretest* menjadi  $45,69 \pm 3,41$  pada *posttest*. Analisis statistik menggunakan Uji Wilcoxon Signed Rank Test menunjukkan nilai  $p = 0,000$  yang berarti terdapat perbedaan signifikan secara statistik antara sebelum dan sesudah kegiatan. Uji Wilcoxon digunakan karena data berdistribusi tidak normal berdasarkan Uji Shapiro-Wilk ( $p < 0,05$ ) dan berskala ordinal, sehingga metode nonparametrik ini merupakan pendekatan yang paling tepat. Dengan demikian, kegiatan edukasi ini terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang kehalalan dan keamanan produk.

Penggunaan media digital interaktif mampu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap isu halal dan keamanan pangan karena penggunaan literasi komunikasi digital memungkinkan penyampaian materi secara menarik dan mudah diakses sehingga meningkatkan efektivitas penerimaan pengetahuan oleh masyarakat ([Oktaviany & Zaeni, 2023](#)). Selain itu kemampuan literasi digital berhubungan positif dengan perilaku pencarian informasi kesehatan dan keamanan produk ([Nikmah & Handayani, 2025](#)). Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mengonfirmasi hasil penelitian sebelumnya, tetapi juga memperluas bukti empiris bahwa literasi komunikasi digital dapat diterapkan secara efektif di masyarakat pedesaan. Peningkatan pengetahuan peserta terjadi karena beberapa faktor utama. Pertama, metode pelatihan yang interaktif membuat peserta terlibat aktif, tidak hanya menjadi pendengar pasif. Kedua, penggunaan media visual dan simulasi digital

membantu mempermudah pemahaman konsep menjadi pengalaman nyata. Ketiga, relevansi topik dengan kehidupan sehari-hari, khususnya bagi pelaku UMKM, meningkatkan motivasi peserta untuk belajar dan menerapkan pengetahuan baru tersebut. Menariknya, hasil analisis lanjutan menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan tidak dipengaruhi oleh faktor usia maupun jenis kelamin ( $p > 0,05$ ). Artinya, pendekatan berbasis literasi digital ini bersifat inklusif, dapat menjangkau seluruh kelompok masyarakat tanpa perbedaan hasil yang berarti. Tingkat pengetahuan keamanan produk sering kali lebih dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan paparan informasi dibandingkan faktor demografis seperti usia atau jenis kelamin (Ellinda-Patra et al., 2020).

Pendekatan yang digunakan dalam pelatihan ini sejalan dengan arah pengembangan model *Digital Halal Literacy* (Adinugraha et al., 2025) yang mengintegrasikan nilai-nilai kehalalan dengan teknologi digital untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan masyarakat. Melalui pendekatan ini, peserta menjadi lebih kritis, mampu mengenali informasi palsu atau hoaks, serta terbiasa melakukan verifikasi mandiri terhadap produk yang dikonsumsi. Secara praktis, peningkatan literasi digital masyarakat berimplikasi positif terhadap pengembangan UMKM halal. Pelaku usaha menjadi lebih siap menghadapi kebijakan wajib sertifikasi halal nasional yang mulai diberlakukan sejak 2024. Peningkatan pemahaman ini dapat memperkuat kepercayaan konsumen, meningkatkan daya saing produk, serta mendukung terbentuknya ekosistem ekonomi halal di tingkat desa. Namun demikian, kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan. Jumlah responden yang relatif kecil dan hanya mencakup satu wilayah menyebabkan hasil penelitian belum dapat digeneralisasi secara luas. Selain itu, pengukuran hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan jangka pendek tanpa menilai perubahan perilaku jangka panjang. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan disarankan untuk memperluas jumlah sampel, memperpanjang masa evaluasi, serta menilai dampak keberlanjutan terhadap perilaku konsumsi dan produksi halal masyarakat.

## KESIMPULAN

Edukasi mengenai kehalalan dan keamanan produk berbasis literasi digital di Desa Gilangharjo, Bantul terbukti sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat, ditunjukkan dengan adanya peningkatan skor pengetahuan dari *pretest* ke *posttest* ( $p = 0,000$ ). Edukasi ini memberikan dampak positif dan diterima oleh seluruh kelompok demografis tanpa dipengaruhi faktor usia maupun jenis kelamin dengan mayoritas responden adalah perempuan muda yang berperan penting dalam pengelolaan pangan keluarga. Meski demikian, kegiatan ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden dan wilayah yang terbatas. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan peserta serta melibatkan UMKM daerah sekitar dalam pendampingan penerapan prinsip kehalalan dan keamanan produk. Secara keseluruhan, edukasi berbasis digital ini sangat relevan di era transformasi digital karena mampu mendorong masyarakat untuk lebih kritis, selektif, serta siap menghadapi tantangan dalam memastikan kehalalan dan keamanan produk di kehidupan sehari-hari.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Padukuhan Daleman dan Padukuhan Jomboran, Gilangharjo, Pandak, Bantul yang telah memberikan izin sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi juga disampaikan kepada mahasiswa KKN Reguler UAD 145 Unit IV.C.1 dan IV.C.3 yang telah bekerja sama selama perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan.

## DAFTAR PUSTAKA

Adinugraha, H. H., Rahmawati, F., Shulthoni, M., & Sain, Z. H. (2025). Digital Transformation Strategy for Implementing Halal Management: A Case Study of the MSME Industry in Pakistan. *Al-Qalam Journal Religious and Social Research Culture*, 31, 146–161. <https://doi.org/https://doi.org/10.31969/alq.v31i1.1623>

Badan Pusat Statistik. (2024). *Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat dan Unsur Penyusunnya Menurut Provinsi*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/VED0V05FTjBaRVJuYzA1bVkwchLhV5KUjJGTIVUMDkjMyMwMDAw/indeks-pembangunan-literasi-masyarakat-dan-unsur-penyusunnya-menurut-provinsi.html?year=2024>

Ellinda-Patra, M. W., Dewanti-Hariyadi, R., & Nurtama, B. (2020). Modeling of Food Safety Knowledge, Attitude, and Behavior Characteristics. *Food Research*, 4(4), 1045–1052. [https://doi.org/10.26656/fr.2017.4\(4\).375](https://doi.org/10.26656/fr.2017.4(4).375)

Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. Continuum.

Hakiki, H., & Priantina, A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Halal pada Produk Kosmetik di Kalangan Generasi Z. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1), 80–95. <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah>

Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice-Hall.

Mulyanto, G., Kusumaningrum, H. D., & Wulandari, N. (2023). Food Safety Knowledge and Awareness Among Stakeholders of the Online-food-delivery System in Depok City Indonesia. *Food Research*, 7(5), 29–41. [https://doi.org/10.26656/fr.2017.7\(5\).881](https://doi.org/10.26656/fr.2017.7(5).881)

Nikmah, A. L., & Handayani, N. S. (2025). Pengaruh Kemampuan Literasi Digital Milenial Moms Bakung Temenggungan Terhadap Perilaku Kebutuhan Informasi Kesehatan Ibu dan Anak di Desa Bakung Temenggungan Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Perpustakaan*, 16(1), 91–103. <https://doi.org/10.20885/unilib.Vol16.iss1.art8>

Novitasari, W., Samosir, B. S., Habibi, H., & Harahap, E. (2024). Halal Certification Literacy for MSME Enterprises 'Aisyiyah Tranting Market Sipirok. *Aktual: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 27–32. <https://doi.org/10.58723/aktual.v2i1.118>

Nurhasanah, E., & Az Zahra, Q. S. (2023). Analysis of Halal Literacy Level of MSMEs in Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 2579–6453. <https://opendata.jabarprov.go.id>

Oktaviany, M., & Zaeni Hasbalah, F. (2023). Menggali Dampak Revolusi Media Sosial Terhadap Industri Halal di Indonesia. *JEMARI: Jurnal Edukasi Mahasiswa Sunan Giri*, 1(1), 57–67. <https://doi.org/10.47625/jemari/v1i1/805>

Purwanto, A., Haque, M. G., Sunarsih, D., & Asbari, M. (2021). The Role of Brand Image, Food Safety, Awareness, Certification on Halal Food Purchase Intention: An Empirical Study on Indonesian Consumers. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3). <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i3>

Ratna Sari, N., Sulistyorini, E., & Ma'arif, M. Z. (2024). Peningkatan Kemampuan Digital Branding Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Literasi Digital Berbasis Artificial Intelligence (AI). *Terang: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Menerangi Negeri*, 6(2), 2655–5956. <https://doi.org/10.33322/terang.v6i2.2306>

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.

Sholeh, K., Zaerofi, A., & Haryono, Y. (2024). Do Halal Literacy, Religiosity, and Legal Compliance Affect the Motivation of Applying for Halal Product Certification? *Iqtishadia*, 11(2), 212–227. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v11i2.15352>

Siregar, D. (2023). Penyuluhan dan Sosialisasi; Sertifikat Halal Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Memilih Makanan dan Minuman Di Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Jurnal SOLMA*, 12(3), 1012–1020. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.12673>