



Empowering local MSMEs through digital sharia to foster the halal industry in South Kalimantan

Abdul Wahab¹, M. Qoshid Al Hadi¹, Auliya Rahman¹, Ilma Mahdiya²

¹ Universitas Islam Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia

² Universitas Islam Negeri Antasari, Banjarmasin, Indonesia

11abd.wahab@gmail.com

<https://doi.org/10.31603/ce.12306>

Abstract

This community service activity was designed to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) using digital sharia principles to support the development of the halal industry in South Kalimantan. The primary target audience was the Indonesian Women Entrepreneurs Association (PERWIRA) of South Kalimantan Province. The program was delivered in a hybrid format, combining both in-person and online sessions to maximize reach and participation. The initiative resulted in a significant increase in the participants' digital sharia literacy. Participants began to adopt digital platforms that align with sharia principles in their business operations and showed a greater interest in the halal industry. Despite these successes, challenges were encountered, particularly related to the limited access to technology and inadequate digital infrastructure, which highlight the need for continuous support to ensure sustainable development. Overall, the activity successfully achieved its objectives and had a positive impact on the local halal industry. By enhancing digital sharia literacy and fostering greater participation among MSMEs, this program has the potential to drive sustainable economic growth in South Kalimantan.

Keywords: MSME empowerment; Digital marketing; Sharia business; Halal industry

Pemberdayaan UMKM berbasis digital syariah untuk mendorong pengembangan industri halal di Kalimantan Selatan

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM berbasis digital syariah guna mendorong pengembangan industri halal di Kalimantan Selatan. Sasaran utama adalah Perkumpulan Perempuan Wirausaha Indonesia (PERWIRA) Provinsi Kalimantan Selatan. Kegiatan dilaksanakan dalam format hybrid, menggabungkan peserta offline dan online, untuk memperluas jangkauan dan partisipasi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi digital syariah di kalangan peserta. Peserta mulai mengadopsi platform digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam operasional bisnis mereka, serta menunjukkan minat yang lebih besar terhadap industri halal. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan akses teknologi dan infrastruktur, yang menunjukkan perlunya dukungan lanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya, dengan dampak positif terhadap pengembangan industri halal lokal. Dengan peningkatan literasi digital syariah dan partisipasi UMKM, kegiatan ini berpotensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Kalimantan Selatan.

Kata Kunci: Pemberdayaan UMKM; Digital marketing; Bisnis syariah; Industri halal

Contributions to
SDGs

8 DECENT WORK AND
ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE



Article History

Received: 14/09/24

Revised: 21/06/25

Accepted: 23/07/25

1. Pendahuluan

Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin dalam industri produk halal global. Untuk mewujudkan potensi ini, diperlukan upaya serius dalam mengembangkan industri produk halal dalam negeri agar mampu bersaing di pasar global. Salah satu sektor yang krusial untuk dikembangkan adalah kuliner halal, yang tidak hanya berfungsi sebagai sumber pangan, tetapi juga sebagai daya tarik pariwisata. Kalimantan Selatan, dengan potensi UMKM di sektor makanan dan minuman, memiliki peluang signifikan dalam mendukung pengembangan pariwisata halal ([Wahab et al., 2023](#); [Yulia, 2015](#)).

Namun, pengembangan UMKM di sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan mendasar. Secara umum, persoalan utama yang dihadapi oleh UMKM mencakup aspek legalitas dan sertifikasi produk. Sebagian besar UMKM belum memiliki izin usaha, sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT), maupun sertifikat halal, padahal label halal telah menjadi standar penting, terutama sejak pandemi COVID-19 yang mendorong masyarakat untuk lebih mengutamakan higienitas. Tantangan lain terletak pada manajemen usaha yang belum optimal. Manajemen produksi sering kali tidak memiliki standarisasi yang jelas, mengakibatkan variasi pada kualitas dan kemasan produk, serta pengiriman yang tidak tepat waktu. Dari sisi manajemen keuangan, pencatatan yang masih manual dan tercampur dengan keuangan pribadi mempersulit identifikasi profitabilitas usaha. Sementara itu, strategi pemasaran UMKM masih sangat bergantung pada jaringan pertemanan dan media sosial sederhana, serta penjualan konsinyasi di toko-toko kecil, yang membatasi akses mereka ke pasar yang lebih luas seperti supermarket besar karena masalah sertifikasi ([Nurlatifah et al., 2023](#)).

Menanggapi tantangan ini, pemerintah telah mengeluarkan regulasi melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang mewajibkan sertifikasi halal untuk semua produk yang beredar di Indonesia. Kebijakan ini bertujuan untuk melindungi konsumen muslim dan mendorong pertumbuhan sektor riil, mengingat bahwa sertifikat halal memiliki hubungan signifikan dengan daya jual produk dan kepercayaan konsumen terhadap kualitas serta keamanan pangan ([Batubara & Harahap, 2022](#); [Ismaya, 2022](#); [Yulia, 2015](#)).

Atas dasar permasalahan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada Perkumpulan Perempuan Wirausaha Indonesia (PERWIRA) Provinsi Kalimantan Selatan. Berdasarkan wawancara dengan Ketua DPD PERWIRA, dua permasalahan prioritas yang dihadapi mitra adalah ketiadaan sertifikasi halal pada banyak produk UMKM dan kurangnya keterampilan digitalisasi. Keterbatasan ini menghambat UMKM dalam bersaing di industri halal, baik di tingkat lokal maupun global ([Herianto, 2022](#); [Indahsari et al., 2024](#); [Jariyah et al., 2024](#)).

Oleh karena itu, tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan para pelaku UMKM di bawah naungan PERWIRA Kalimantan Selatan dalam hal digitalisasi berbasis syariah, yang mencakup *halal branding*, *halal packaging*, *product photography*, dan pemasaran digital. Melalui pemberdayaan ini, diharapkan UMKM dapat memenuhi standar industri halal dan memperluas pangsa pasar. Program ini sejalan dengan beberapa Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama Tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan Tujuan 9 (Industri, Inovasi dan Infrastruktur), dengan memberdayakan pelaku

UMKM, mendorong inovasi digital dalam industri halal, dan membangun kemitraan antara akademisi dan komunitas.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam tiga tahap. Pertama, adalah tahapan persiapan pra pelaksanaan kegiatan. Kedua, adalah pelaksanaan rangkaian kegiatan utama yaitu rangkaian penyajian materi dan pelatihan. Ketiga, adalah pendampingan praktek mandiri oleh mitra dan evaluasi keberhasilan mitra. Secara rinci rangkaian rencana kegiatan yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam tiga fase utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. *Pertama*, tahap persiapan. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan berbagai persiapan yang diperlukan untuk memastikan kelancaran program, seperti identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi, serta perencanaan logistik dan jadwal kegiatan.

Kedua, tahap pelaksanaan. Tahap pelaksanaan berfokus pada transfer pengetahuan dan keterampilan kepada para pelaku UMKM, yang dilaksanakan secara bertahap:

- a. Pengenalan urgensi sertifikasi halal serta digitalisasi. Peserta diberikan pemahaman awal mengenai pentingnya sertifikasi halal dan digitalisasi dalam mendukung pengembangan industri halal.
- b. Diskusi kelompok terfokus. Sesi diskusi diadakan untuk membahas materi yang telah disampaikan. Ini berfungsi sebagai wadah bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan dan mendiskusikan tantangan yang mereka hadapi.
- c. Bimbingan teknis pengajuan sertifikasi halal. Peserta menerima bimbingan praktis mengenai prosedur dan persyaratan yang diperlukan untuk mengajukan sertifikasi halal.
- d. Pelatihan dan pendampingan *digital marketing*. Peserta dilatih dan didampingi dalam proses digitalisasi produk, yang mencakup *halal branding*, desain kemasan, fotografi produk, serta strategi pemasaran melalui media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp) dan *marketplace* (Shopee). Peserta juga diperkenalkan pada penggunaan Shopeepay sebagai salah satu metode pembayaran digital.

Ketiga, tahap evaluasi dan monitoring. Keberhasilan program diukur melalui evaluasi yang dilakukan dengan menilai tingkat pengembangan usaha digital para mitra. Kriteria keberhasilan ditetapkan pada minimal 60% UMKM yang berhasil mengimplementasikan dan mengembangkan usahanya melalui *digital marketing*. Setelah evaluasi, dilakukan pendampingan lanjutan untuk mengatasi kekurangan yang teridentifikasi dari masing-masing peserta.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini dilaksanakan secara hybrid di Hotel Rodhita Banjarmasin pada tanggal 7 Agustus 2024, dengan melibatkan 21 peserta luring dan 7 peserta daring dari Perkumpulan Perempuan Wirausaha Indonesia (PERWIRA) Provinsi Kalimantan Selatan. Para peserta merupakan pelaku usaha mikro dan kecil (UMKM) di sektor kuliner, olahan makanan ringan, minuman herbal, dan produk

rumah tangga. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital berbasis syariah serta mendorong partisipasi UMKM dalam pengembangan industri halal di Kalimantan Selatan ([Gambar 1](#)).



[Gambar 1.](#) Kegiatan seminar dan workshop bersama PERWIRA Kalsel

Setelah pelaksanaan seminar dan *workshop*, kegiatan tindak lanjut difokuskan pada pendampingan intensif kepada pelaku usaha yang belum memiliki sertifikasi halal. Proses ini mencakup asistensi dalam pengisian dokumen persyaratan sertifikasi halal ([Fathoni et al., 2025](#); [Rahayu et al., 2023](#)), pendampingan pendaftaran melalui aplikasi SIHALAL ([Hakim & Putri, 2022](#)), serta edukasi mengenai pentingnya jaminan halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen ([Osman, 2023](#); [Ozkan et al., 2024](#); [Ramlan et al., 2025](#)).

Sebelum intervensi, sebagian besar peserta belum sepenuhnya memahami standar kehalalan produk, termasuk aspek bahan baku, proses produksi, dan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Banyak dari mereka yang belum memisahkan alat produksi halal dan non-halal, serta belum mengetahui prosedur sertifikasi halal dari BPJPH. Dengan latar belakang ini, kegiatan PkM dirancang tidak hanya untuk meningkatkan pemahaman tentang prinsip halal ([Anam et al., 2023](#)), tetapi juga mendorong transformasi usaha agar memenuhi kriteria industri halal ([Hs et al., 2025](#)).

Selain itu, peserta juga didampingi dalam proses pembuatan akun toko digital di *platform* Shopee guna memperluas jangkauan pasar secara *online* ([Samadi & Akhtar, 2023](#)). Pendampingan ini mencakup pengaturan akun, optimasi nama toko dan deskripsi produk, serta strategi penetapan harga yang kompetitif. Kegiatan pendampingan disajikan pada [Gambar 2](#).



[Gambar 2.](#) Pendampingan pemasaran digital

Sebagai bagian dari upaya peningkatan daya saing produk, peserta juga mendapatkan bimbingan dalam merancang desain kemasan produk yang menarik, informatif, dan sesuai prinsip syariah, termasuk pencantuman label halal, komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, dan identitas produsen ([Gambar 3](#)). Dengan langkah-langkah tersebut,

diharapkan pelaku usaha mampu meningkatkan kualitas, legalitas, dan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun digital (Loku & Havolli, 2024).



Gambar 3. Tampilan produk UMKM sebelum dan sesudah pendampingan

3.1. Peningkatan kesadaran dan kepatuhan terhadap prinsip halal

Kegiatan PkM ini dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi akademisi dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terhadap prinsip-prinsip kehalalan produk. Kegiatan ini dilaksanakan melalui metode penyuluhan, diskusi interaktif, dan pendampingan teknis yang berlangsung secara tatap muka dan daring.

Materi yang disampaikan mencakup pemahaman dasar mengenai konsep halal dan *thayyib* dalam Islam, landasan hukum halal baik dari perspektif syariat maupun regulasi nasional (seperti UU JPH dan peraturan BPJPH), serta urgensi sertifikasi halal bagi produk yang beredar di masyarakat. Selain itu, peserta juga dibekali dengan informasi teknis tentang proses pengajuan sertifikasi halal, identifikasi bahan dan proses produksi yang berpotensi *syubhat*, serta strategi implementasi SJPH di tingkat UMKM.

Kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran peserta tentang pentingnya kepatuhan terhadap prinsip halal dalam operasional bisnis. Peserta sudah menerapkan langkah-langkah untuk memastikan bahwa produk dan proses bisnis mereka sesuai dengan standar halal, termasuk sudah mempertimbangkan untuk mendapatkan sertifikasi halal.

Tabel 1. Hasil evaluasi kesadaran pelaku UMKM terhadap prinsip halal

No	Pernyataan	Skor Sebelum (1-5)	Skor Sesudah (1-5)
1	Kebijakan tertulis bahan baku halal	2,00	3,80
2	Pemeriksaan rutin kehalalan bahan baku	3,00	4,00
3	Pemisahan penyimpanan bahan baku halal/non-halal	2,00	3,80
4	Transaksi bebas riba	3,00	4,40
5	Prosedur pembayaran sesuai syariah	2,00	3,60
6	Pelatihan rutin standar halal	3,00	4,20
7	Dokumentasi bahan baku bersertifikat halal	2,00	3,40
8	Audit internal kepatuhan halal	2,00	3,20
9	Revisi SOP sesuai regulasi halal	3,00	4,20
10	Evaluasi pemasok bahan baku halal	2,00	3,80
Total		24,00	38,40
Rata-rata		2,40	3,84

Sumber: Data diolah tahun 2024

Berdasarkan pengukuran (Tabel 1), rata-rata skor kepatuhan prosedur terhadap prinsip halal sebelum intervensi adalah 2,40, sedangkan rata-rata skor sesudah intervensi meningkat menjadi 3,84. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya prinsip halal dalam operasi bisnis mereka. Sekitar 60% dari peserta sudah melakukan perubahan dalam prosedur operasional mereka untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip halal, termasuk pengadaan bahan baku halal dan transaksi yang bebas dari unsur riba. Beberapa peserta bahkan sudah mengurus sertifikasi halal untuk produk mereka sebagai upaya meningkatkan kepercayaan konsumen dan akses ke pasar yang lebih luas.

Tabel 2. Data kehalalan produk UMKM

No	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Status Halal
1	Norjanah	SHASA NGEKUKER	No. Reg. 3993306
2	Maria Ulfah	DapoEr As_syifa	ID63110002473670223
3	Faudinia Rahmah	FRoomFood	Reguler
4	Ita Rosidha	Refirsy Cookies	No. Reg. 3739998
5	Lusi Irawati	Dapur Zeera	Sudah
6	Rr Dita Aprilasari	ayam goreng Jenk Menik	Reguler
7	Gusti Hairiyah	Borneo Snack	Proses
8	Henny Herawati	Dapur Nena	ID31110004708550623
9	Bintang Suryani	Berkah Bintang	Reguler
10	Lisnawati	Cemilan Banjar	Proses
11	Zuni Rahmah Dewi	Seafood Anugerah Jaya	Reguler
12	Herdahayani	Cookies Ghizkalaysa	Reguler
13	Theresia Erniwati Gea	E'Sami	Reguler
14	Fransisca Chandrawati Oedi	Abon Ikan Bu Anton	ID63110000508810622
15	Ramiati	Peyek Kacang Bu Rahmi	ID63110020891401124
16	Meldawati	Papare Acil Niah	Reguler
17	Noor Rakhmah	Dapur Nabila Martapura	Reguler
18	Masropah	Aneka Cemilan Katrin	ID63110000337830622
19	Retno Hartati	Cetering Mala	Reguler
20	Nurhidayah	Kuker Mamanur	Proses
21	Siti Badariah	Kue Kering Akar Pinang	Proses
22	Herni Anisa	Kacang Telor renyah	Proses
23	Murdiya	Akar Pinang Gurih Hasan Husin	Proses
24	Nurkhalipah	Jahe Instan & VCO	ID63110020890141124
25	Siwi	Kripik Pisang	Proses
26	Fitriani Anisa	Peyek Anisa	ID63110020885421124

Sumber: PERWIRA KALSEL, 2024

Tabel 2 menunjukkan data status kehalalan produk UMKM yang didampingi yang diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama berdasarkan tahapan proses sertifikasi halal. *Pertama*, kategori “ID” merujuk pada nomor sertifikat halal yang telah diterbitkan secara resmi oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), menandakan bahwa produk tersebut telah melalui seluruh tahapan verifikasi dan fatwa halal dalam skema *self-declare* serta telah dinyatakan sah secara hukum. *Kedua*, “No. Reg.” adalah

nomor registrasi pendaftaran pengajuan sertifikat halal yang tercatat dalam sistem SIHALAL, menunjukkan bahwa pelaku usaha telah mengajukan permohonan sertifikasi dan menunggu hasil verifikasi lebih lanjut. *Ketiga*, status “Proses” menandakan bahwa produk masih dalam tahap awal pendampingan oleh Pendamping Proses Produk Halal (PPH) dan belum resmi terdaftar dalam sistem SIHALAL, sehingga belum memperoleh nomor registrasi. *Keempat*, “Reguler” merujuk pada skema sertifikasi halal berbayar melalui jalur reguler, yang melibatkan pemeriksaan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) secara independen.

3.2. Peningkatan kapasitas UMKM dalam pemasaran digital dan literasi syariah

Hasil *workshop* menunjukkan adanya peningkatan kapasitas UMKM dalam pemasaran digital dan literasi syariah ([Gambar 3](#)). Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memiliki desain kemasan yang menampilkan label halal dan informasi produk yang sesuai syariah, serta materi promosi digital masih terbatas pada foto sederhana dari kamera ponsel tanpa *editing*. Setelah pelatihan, peserta mampu membuat kemasan produk dengan label halal yang menarik dan profesional, menggunakan *template* Canva untuk meningkatkan kualitas fotografi produk, dan menambahkan elemen *branding* halal pada materi promosi digital mereka. Peserta *workshop* berhasil memperkuat *halal branding* mereka dengan strategi digital yang lebih terarah, meningkatkan konsistensi dan visibilitas identitas halal produk mereka. Dalam *packaging product* halal, peserta memanfaatkan Canva untuk menciptakan kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan standar halal, sehingga produk mereka tampil lebih profesional dan menarik di pasar. Selain itu, kemampuan *product photography* juga mengalami peningkatan, dengan peserta menggunakan Canva untuk menghasilkan foto produk yang berkualitas tinggi dan estetik, memperbaiki presentasi visual produk mereka dan meningkatkan daya tarik di platform digital. Secara keseluruhan, *workshop* ini telah berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperbaiki *branding*, kemasan, dan fotografi produk mereka, sehingga mendukung keberhasilan dan daya saing usaha mereka di pasar.

Lebih lanjut, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman tentang konsep digital syariah. Sebelum kegiatan, banyak peserta yang belum familiar dengan prinsip-prinsip syariah dalam penggunaan teknologi digital. Setelah kegiatan, peserta memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk operasional bisnis mereka sambil tetap mematuhi nilai-nilai syariah.

Kegiatan ini mendorong peserta untuk mulai mengadopsi *platform* digital dalam bisnis mereka, terutama *platform* yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yaitu aplikasi Shopee. Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka telah mulai menggunakan *e-commerce* Shopee dan media sosial untuk pemasaran produk halal mereka.

Evaluasi awal menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, hanya sekitar 30% peserta yang memiliki pemahaman dasar tentang penggunaan teknologi digital dalam bisnis mereka. Setelah pelatihan, angka ini meningkat menjadi 80%. Literasi digital dan pemahaman syariah merupakan dua komponen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Peningkatan literasi digital yang diintegrasikan dengan prinsip-prinsip syariah dapat membantu UMKM dalam menghadapi tantangan pasar global yang semakin kompetitif. Mengingat bahwa peserta berasal dari berbagai daerah dengan tingkat akses teknologi yang bervariasi, hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis hybrid efektif dalam menjangkau khalayak yang lebih luas, memungkinkan partisipasi aktif dari UMKM di wilayah yang berbeda.



Gambar 4. Hasil pembuatan toko pada Shopee

Setelah mengikuti pelatihan, UMKM PERWIRA menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai dasar-dasar penggunaan Shopee sebagai *platform marketplace*. Mereka telah memahami cara mendaftar, membuat dan mengelola toko *online*, serta mengoptimalkan *listing* produk. Mereka dapat membuat *listing* produk dengan deskripsi yang sesuai, menetapkan harga, serta mengelola stok barang (Gambar 4). Selain itu, UMKM PERWIRA menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang ShopeePay sebagai metode pembayaran. Peserta memahami cara mengintegrasikan ShopeePay ke dalam proses transaksi mereka, termasuk cara mengatur akun ShopeePay, menghubungkan dengan toko *online* mereka, dan menangani berbagai metode pembayaran yang tersedia melalui ShopeePay. ShopeePay dapat meningkatkan kemudahan transaksi dan efisiensi dalam proses pembayaran. Fitur ShopeePay seperti pembayaran instan dan integrasi dengan *platform* Shopee membantu mempercepat proses pembayaran dan mengurangi risiko kesalahan transaksi.

ShopeePay sebagai metode pembayaran digital telah menjadi bagian dari ekosistem transaksi yang mendukung efisiensi dan kenyamanan konsumen dalam era ekonomi digital. Dalam perspektif syariah, penggunaan ShopeePay dapat dikategorikan sebagai alat pembayaran yang bersifat *muamalah* (interaksi sosial ekonomi), yang *hukumnya* mubah selama tidak mengandung unsur *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), maupun *maisir* (spekulasi/judi) (Sunarsa & Fauzi, 2023).

Fika et al. (2023) menyatakan bahwa dompet digital seperti ShopeePay dapat diterima secara syariah apabila penggunaannya tidak terkait dengan aktivitas yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam, seperti bunga transaksi tertunda atau promosi yang mensyaratkan unsur spekulatif. Dalam konteks ini, ShopeePay berfungsi sebagai media transfer nilai (*payment gateway*) yang memfasilitasi jual beli, bukan sebagai produk pembiayaan atau investasi, sehingga tidak secara inheren bertentangan dengan prinsip-prinsip keuangan syariah.

Lebih lanjut, integrasi ShopeePay dalam kegiatan literasi digital syariah dapat dilihat sebagai langkah adaptif dalam dakwah ekonomi Islam, yakni dengan mendorong penggunaan teknologi keuangan yang lebih transparan, efisien, dan sesuai prinsip etika Islam. Oleh karena itu, pemanfaatan ShopeePay sebagai alat pembayaran selama digunakan untuk transaksi yang halal dan tidak disertai unsur yang diharamkan dapat sejalan dengan tujuan literasi digital syariah, yakni mendorong umat muslim untuk lebih cakap secara digital sekaligus tetap patuh pada nilai-nilai syariat. Tabel 3 data disajikan toko UMKM PERWIRA pada *marketplace* Shopee.

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas literasi digital UMKM PERWIRA, yang tercermin dari kemampuan mereka untuk menggunakan platform Shopee dengan lebih efektif. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan ini penting untuk membantu UMKM dalam beradaptasi dengan tren digital dan memanfaatkan peluang pasar *online*. Sekitar 65% peserta dari PERWIRA yang hadir mulai mengadopsi *platform* digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk bisnis mereka. Adopsi platform digital syariah di kalangan perempuan wirausaha di Kalimantan Selatan menunjukkan potensi besar dalam mendukung pengembangan industri halal lokal. Teknologi digital memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan efisiensi operasional.

Peningkatan literasi digital diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM PERWIRA, seperti peningkatan penjualan, perluasan pasar, dan penguatan daya saing. Dengan kemampuan untuk memanfaatkan teknologi secara optimal, UMKM diharapkan dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan tren digital, serta mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

Tabel 3. Data marketplace Shopee UMKM PERWIRA Kalsel

No	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Akun Shopee
1	Norjanah	SHASA NGEKUKER	herbalPrima
2	Maria Ulfah	DapoEr As_syifa	FroomFood
3	Faudinia Rahmah	FRoomFood	DapoEr As-Syifa
4	Ita Rosidha	Refirsya Cookies	Itarosidha 769
5	Lusi Irawati	Dapur Zeera	Dapur Zeera
6	Rr Dita Aprilasari	ayam goreng Jenk Menik	0I18ua1h5t
7	Gusti Hairiyah	Borneo Snack	Borneo Snack
8	Henny Herawati	Dapur Nena	Dapur Nena
9	Bintang Suryani	Berkah Bintang	Berkah Sasirangan
10	Lisnawati	Cemilan Banjar	
11	Zuni Rahmah Dewi	Seafood Anugerah Jaya	Primasasirangan
12	Herdahayani	Cookies Ghizkalaysa	
13	Theresia Erniwati Gea	E'Sami	E'sami
14	Fransisca Chandrawati Oedi	Abon Ikan Bu Anton	ABON Ikan Bu Anton
15	Ramiati	Catering Bu Rahmi	
16	Meldawati	Papare Acil Niah	meldawati 441
17	Noor Rakhmah	Dapur Nabila Martapura	dapur_nabilamtp
18	Masropah	Aneka Cemilan Katrin	Masropah 123716
19	Retno Hartati	Cetering Mala	Yusidar 182
20	Nurhidayah	Kuker Mamanur	
21	Siti Badariah	Kue Kering Akar Pinang	
22	Herni Anisa	Kacang Telor Renyah	
23	Murdiya	Akar Pinang Gurih Hasan Husin	
24	Nurkhalipah	Jahe Instan & VCO	handan adisti
25	Siwi	Kripik Pisang	Siwi_satosie
26	Fitriani Anisa	Peyek Anisa	

3.3. Kontribusi terhadap pengembangan industri halal di Kalimantan Selatan

Kegiatan PkM ini memberikan dampak positif bagi pengembangan industri halal di Kalimantan Selatan. Peningkatan partisipasi UMKM yang dikelola oleh perempuan dalam jaringan pemasok produk halal menunjukkan efektivitas program ini dalam mendorong kesadaran dan keterlibatan mereka. Keterlibatan ini tidak hanya didorong oleh manfaat ekonomi, tetapi juga oleh pemahaman spiritual dari bisnis berbasis syariah.

Adopsi platform digital syariah dan peningkatan literasi digital membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Namun, tantangan yang dialami oleh 30% peserta dalam adaptasi teknologi mengindikasikan perlunya dukungan dan pendampingan berkelanjutan. Keberhasilan kegiatan ini diharapkan dapat mendorong komitmen pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya untuk memperkuat posisi Kalimantan Selatan sebagai salah satu pusat industri halal di Indonesia.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan literasi digital syariah dan mendorong partisipasi UMKM dalam industri halal di Kalimantan Selatan. Meskipun ada tantangan yang dihadapi dalam implementasi teknologi digital, hasil yang dicapai menunjukkan adanya potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut. Dengan dukungan yang berkelanjutan, UMKM di wilayah ini dapat memainkan peran yang lebih signifikan dalam industri halal, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Perkumpulan Perempuan Wirausaha Indonesia (PERWIRA) Provinsi Kalimantan Selatan sebagai mitra.

Kontribusi Penulis

Pelaksana kegiatan: AW, MQH, AR, IM; Penyiapan artikel: AW, IM; Analisis dampak pengabdian: AW, IM; Penyajian hasil pengabdian: AW, IM; Revisi artikel: AW.

Konflik Kepentingan

Seluruh penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan finansial atau non-finansial yang terkait dengan artikel ini.

Pendanaan

Kegiatan dan publikasi artikel dibiayai oleh Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) dengan Nomor Kontrak

133/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 melalui Kegiatan Program Pemberdayaan Masyarakat Tahun 2024.

Daftar Pustaka

- Anam, M. K., Alvianti, R., Zainuddin, M., Syakur, A., Khalik, J. A., Anam, C., & Sariati, N. P. (2023). Sosialisasi Program Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada Produk UMKM di Desa Jerukwangi. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 728–732. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i4.699>
- Batubara, C., & Harahap, I. (2022). Halal Industry Development Strategies: Muslims' Responses and Sharia Compliance In Indonesia. *Journal of Indonesian Islam*, 16(1), 103–132. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2022.16.1.103-132>
- Fathoni, M. A., Priyatno, P. D., Wiryanto, F. S., & Rachbini, W. (2025). Unlocking barriers and strategies of halal certification for micro and small enterprises in Indonesia: Analytic network process approach. *Problems and Perspectives in Management*, 23(1), 169–180. [https://doi.org/10.21511/ppm.23\(1\).2025.13](https://doi.org/10.21511/ppm.23(1).2025.13)
- Fika, F. A., Ikram, M., & Syawal, S. I. (2023). Mekanisme Transaksi Keuangan Menggunakan Dompot Digital (E-Wallet) dalam Perspektif Hukum Islam. *Al - Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 8(2), 1–19. <https://doi.org/10.32505/muamalat.v8i2.7223>
- Hakim, L., & Putri, A. K. N. (2022). Implementation of the Halal Product Guarantee Law in Indonesia by the Department of Industry and Trade Cooperatives of Bima City. *Nurani*, 22(1), 133–144. <https://doi.org/10.19109/nurani.v22i1.11099>
- Herianto. (2022). Fenomena Halal Branding di Kalangan Ibu Milenial Muslim: Antara Tuntutan dan Tren. *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains*, 4(1).
- Hs, S., Matondang, N., Handayani, T., Nobelson, N., Miftah, M., Resti, A. A., & Budilaksono, S. (2025). Edukasi Halal Awareness dalam Konsumsi dan Produksi di Desa Wisata Margaluyu, Pangalengan Kabupaten Bandung. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1). <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v5i1.5528>
- Indahsari, L., Noviarita, H., & Fasa, M. I. (2024). Empowering MSMEs clay and doll products: Navigating digital marketing challenges in the digitization era. *Community Empowerment*, 9(2), 347–354. <https://doi.org/10.31603/ce.10857>
- Ismaya, A. D. (2022). Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal dalam Menentukan Minat Beli Produk Mie Instan di Kalangan Konsumen Muslim di Kabupaten Garut. *Journal Of Entrepreneurship and Strategic Management*, 1(1), 12–22. <https://doi.org/10.52434/jesm.v1i01.95>
- Jariyah, A., Tania, C., Azizah, D. N., Rahmadita, D., Jusnita, E., Qastalam, N., Syahrir, M., Fardisi, R., Indriyani, S. A., Hariska, Z., & Mega, I. R. (2024). Digital marketing training to optimize the marketing of UMKM products for Guntung village community. *Community Empowerment*, 9(5), 851–855. <https://doi.org/10.31603/ce.11947>
- Loku, A., & Havolli, R. (2024). Leveraging Digital Marketing for Competitive Advantage: Strategic Insights and Operational Impacts on Small and Medium-Sized Enterprises in the Digital Economy. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 12318–12328. <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00881>

- Nurlatifah, H., Samiyono, B. E., & Haryadi, D. (2023). Program Pembinaan Muslimpreneurship Terhadap UMKM Berbasis Digital. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(4).
- Osman, O. A. (2023). The Importance of Halal Food and Its Legality in Both Islamic and Non-Islamic Communities Around the World. In *Halal and Kosher Food: Integration of Quality and Safety for Global Market Trends* (pp. 1–15). https://doi.org/10.1007/978-3-031-41459-6_1
- Ozkan, B., Efendioglu, I. H., Baran, T., & Koc, F. (2024). The Effects of Perceived Price, Quality, and Consumer Trust on Purchase Intentions of Halal Products. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 27–43. https://doi.org/10.1007/978-981-97-5400-7_3
- Rahayu, S. A. P., Niravita, A., Anitasari, R. F., & Kamal, U. (2023). Halal Certification Imperatives for MSMEs: Navigating Sustainability, Consumer Confidence, and Policy Compliance (Case of Kenteng, Bandung, Indonesia). *Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services*, 5(2), 143–160. <https://doi.org/10.15294/ijals.v5i2.72426>
- Ramlan, N., Sahari, N. H., Shafie, N. A., Usop, N. I. S., Said, S., & Izham, S. S. (2025). Assessing Consumer Confidence in Halal Authorities: A Comparative Study between Malaysia and Brunei. *Indonesian Journal of Halal Research*, 7(1), 17–29. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v7i1.38330>
- Samadi, S., & Akhtar, I. (2023). A Review of Social Media Marketing on Digital Savvy Brand Shoppers. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 735 LNNS, 641–655. https://doi.org/10.1007/978-3-031-37164-6_46
- Sunarsa, S., & Fauzi, I. N. (2023). Tinjauan Hukum Islam Tentang Mekanisme Transaksi E-Wallet. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 216–228. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v2i1.506>
- Wahab, A., Al Hadi, M. Q., & Mahdiya, I. (2023). Analytical Network Process Model-Based Halal Tourism Development Strategy in Banjarmasin City. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2), 265. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v11i2.22812>
- Yulia, Lady. (2015). Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bimas Islam*, 8(1), 121–162.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)