

## Peningkatan Keterampilan dan Produktivitas Ekonomis Panti Asuhan Grha Aitam Al Madina

Devyani Diah Wulansari<sup>1\*</sup>, Emma Savitri<sup>2</sup>, Hayuning Purnama Dewi<sup>3</sup>

### **Keywords :**

Madu;  
Panti asuhan;  
Produk halal.

### **Correspondensi Author**

<sup>1</sup>Faculty of Pharmacy

<sup>2</sup> Faculty of Engineering

<sup>3</sup> Faculty of Business and Economics

University of Surabaya, Indonesia

Email:

[devyanidiahwulansari@staff.ubaya.ac.id](mailto:devyanidiahwulansari@staff.ubaya.ac.id)

d\*

### **History Article**

Received: 05-10-2021;

Reviewed: 22-10-2021;

Accepted: 09-11-2021;

Available Online: 10-12-2021;

Published: 20-12-2021;

**Abstrak.** Tujuan dari program pengabdian ini adalah meningkatkan keterampilan dan produktivitas ekonomis mitra. Metode yang digunakan adalah melalui program pendampingan dan pelatihan oleh akademisi Universitas Surabaya terkait sertifikasi halal, analisis kandungan madu untuk kontrol kualitas dan perbaikan proses pengemasan untuk meningkatkan higienitas produk madu. Dari hasil program pengabdian kepada masyarakat ini, Mitra berhasil mendapatkan sertifikat halal LPPOM MUI untuk produk madu, Analisis kandungan enzim diastase dan Hidroksimetil Furfural (HMF) sesuai dengan SNI 8664-2018, dan proses pengemasan madu melalui penerapan teknologi tepat guna untuk menjaga higienitas dan kualitas madu.

**Abstract.** The purpose of this service program is to improve skills and productivity. economical partner. The method used is through mentoring and training programs by academics from the University of Surabaya related to halal certification, analysis of honey content for quality control and improvement of the packaging process to improve the hygiene of honey products. From the results of this community service program, Partners succeeded in obtaining LPPOM MUI halal certificates for Honey products, analysis of water content, metals, ash, microbial contamination, diastase enzymes, and Hydroxymethyl Furfural (HMF) by SNI 8664-2018, and the honey packaging process through the application of appropriate technology to maintain the hygiene and quality of honey.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution  
4.0 International License

## PENDAHULUAN

Kondisi pandemi Covid 19 yang melanda saat ini menuntut banyak pihak untuk tetap meningkatkan produktivitas dan juga vitalitas untuk menjaga roda perekonomian tetap terus berputar. Terlebih dengan adanya pembatasan aktivitas masyarakat sangat berpengaruh pada aktivitas bisnis/wirausaha yang kemudian berimbas pada perekonomian. Dilansir dari berbagai sumber, akibat pandemi Covid-19, tercatat sebanyak 39.977 perusahaan di sektor formal yang memilih merumahkan, dan melakukan PHK terhadap pekerjanya. Di lain hal, ditinjau dari sisi kesehatan, penularan virus COVID-19 cukup signifikan karena penyebarannya terjadi secara global. Kasus pertama terjadi pada bulan Februari dan hingga tanggal 30 September 2020, jumlah kasus COVID-19 telah mencapai 287.000 pasien (Zahrani & Pramana, 2021). Melihat fakta tersebut maka perlu perhatian khusus untuk melakukan pembinaan terhadap kelompok-kelompok usaha untuk meningkatkan produktivitas dan memberikan dukungan untuk dapat menghasilkan produk kesehatan yang bermanfaat meningkatkan imunitas terutama pada kondisi pandemi.

Grha Aitam yang merupakan panti asuhan berbasis pondok pesantren di Surabaya yang berdiri dibawah yayasan Al-Madina. Panti asuhan ini menjadi pusat pelatihan kewirausahaan bagi anak yatim dan dhuafa yang dikenal dengan istilah *Kidspreneur centre* Yayasan Al-Madina dan merupakan salah satu unit UMKM di Surabaya yang bergerak dibidang *repacking* (kemas ulang) madu yang telah tersertifikasi PIRT. Madu telah banyak diteliti memiliki banyak manfaat terhadap kesehatan, terutama sejak ditetapkannya Covid 19 sebagai pandemi global di Indonesia pada 11 Maret 2020 ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)). Berbagai penelitian menyebutkan bahwa madu kaya akan kandungan asam organik, asam amino, komponen fenolik, vitamin dan mineral (Abedi, et al, 2021). Beberapa kandungan tersebut telah terbukti memberikan profil terapi sebagai imunostimulansia, antibakteri, antivirus, antiinflamasi, antidiabetes dan kardioprotektif baik pada model hewan maupun studi klinis pada manusia (Hossain, et al, 2020; Ashraf, et al, 2021). Dibalik potensi produk madu yang sangat menjanjikan untuk dapat

dikembangkan, terutama di saat kondisi pandemi Covid 19 seperti saat ini, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh mitra. Terbitnya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dalam rangka memberikan kepastian hukum bagi masyarakat muslim, menuntut produk madu untuk dapat memenuhi jaminan produk halal tersebut (Frastiawan, et al, 2020). Tidak dipungkiri bahwa regulasi halal sangat diperlukan sebagai standar kualitas dan perilaku yang diterima oleh masyarakat dengan tujuan untuk melindungi kepentingan umum (Mukidi, 2020; Chairunnisyah, 2017). Untuk mendukung hal tersebut, maka kualitas produk menjadi bagian penting dalam pengajuan sertifikasi halal. Di Indonesia, untuk kualitas madu ditentukan berdasarkan Standar Nasional Indonesia (SNI) 8664 : 2018 yang terdiri dari beberapa komponen (Badan Standarisasi Nasional, 2018).

Produktivitas ekonomis pada mitra juga menjadi perhatian penting mengingat kondisi pandemi Covid 19 terjadi pembatasan aktivitas masyarakat yang berdampak pada siklus penjualan produk madu oleh mitra yang juga menjadi terbatas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun sebagai bentuk penerapan keahlian bidang keilmuan tim pengusul. Program ini diharapkan dapat membantu pemerintah untuk membina dan meningkatkan produktivitas kelompok usaha sekaligus meningkatkan daya jual produk kesehatan berupa madu sebagai suplemen dan terapi komplementer pada musim pandemi Covid 19.

## METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan antara Tim dengan mitra (Panti Asuhan Grha Aitam Yayasan Al Madina Surabaya) dengan pelaksanaan kegiatan pada tahun 2021 (Gambar 1). Kegiatan penyelesaian permasalahan dijalankan secara bertahap dengan melibatkan mahasiswa dalam pelaksanaan kegiatan. Adapun metode pendekatan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah sebagai berikut :

1. Pendampingan untuk meningkatkan keterampilan produksi halal dengan mengikuti

pelatihan sertifikasi halal yang diadakan oleh LPPOM MUI hingga diterbitkan sertifikat halal, dengan rincian proses sebagai berikut :

- a) Mitra melakukan registrasi pada sistem CEROL-SS23000 secara online
- b) Formulir pendaftaran diisi lengkap, disertai dokumen pendukungnya sesuai dengan status pendaftaran baru dan proses bisnis berupa minuman/ bahan minuman
- c) Bidang sistem jaminan halal (SJH) memeriksa
- d) manual SJH yang diisi oleh mitra dan bukti implementasi melalui sosialisasi, pelatihan internal dan audit internal.
- e) Manual SJH yang diisi oleh mitra meliputi 11 kriteria SJH, yaitu kebijakan halal, tim manajemen halal, pelatihan dan edukasi, bahan, produk, fasilitas produksi, proses tertulis untuk aktivitas kritis, kemampuan telusur, penanganan produk yang tidak memenuhi kriteria, audit internal, dan kaji ulang manajemen
- f) Jika hasil pemeriksaan tidak memenuhi persyaratan pendaftaran, bagian auditing mengirimkan pre-audit memorandum yang berisi informasi tentang semua kekurangan yang harus segera ditindaklanjuti mitra. Setelah semua kekurangan tersebut dipenuhi oleh perusahaan dan dokumen dinyatakan lengkap dan akad sertifikasi lunas, bidang auditing dapat melakukan penjadwalan audit. (Ro, Kusnandar & Hermanianto, 2017)

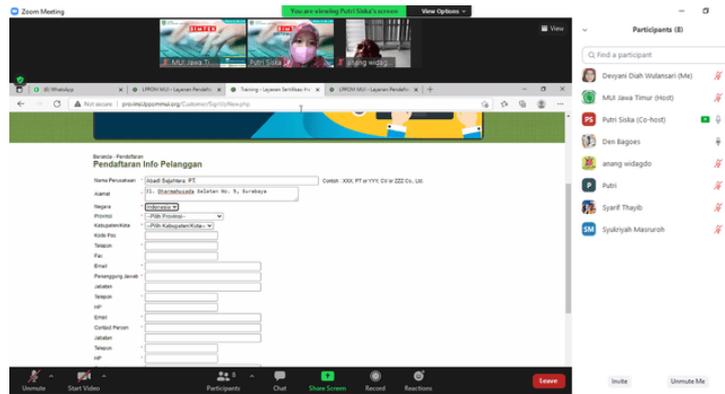
2. Pelatihan dan workshop terkait aplikasi teknologi tepat guna pada proses pengemasan madu menggunakan alat pompa transfer madu

3. Penjaminan kualitas produk madu sesuai SNI 8664 : 2018 dengan membekali mitra melalui pelatihan menggunakan alat *honey refractometer* untuk mengontrol kadar air pada madu saat proses penyimpanan guna meminimalkan terjadinya fermentasi yang mempengaruhi kualitas madu, serta dilakukan analisis kualitas madu yang meliputi enzim diastase dan HMF.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program pengabdian kepada masyarakat diawali dengan observasi lapangan ke tempat mitra untuk meninjau perkembangan mitra . Serangkaian diskusi juga dilakukan oleh Tim untuk menyusun strategi pelatihan dan pendampingan yang akan diterapkan kepada mitra mengingat saat kegiatan ini berlangsung terdapat lonjakan kasus pandemi Covid 19.

Berdasarkan hasil kunjungan Tim, diperoleh informasi dari mitra bahwa Produk madu telah berhasil mendapatkan sertifikasi PIRT dari Dinkes setempat. Sehingga untuk menambah nilai jual dan untuk memenuhi ketentuan regulasi halal yang telah ditetapkan oleh pemerintah, maka Tim melakukan pendampingan dalam pegurusan sertifikasi halal. Pelatihan diadakan secara online oleh LPPOM MUI seperti yang tertuang pada gambar 1, yang dihadiri dari perwakilan Tim Pengabdian, perwakilan mitra dan peserta pelatihan lainnya. Proses pendampingan ini berjalan hingga terbitnya sertifikat halal. Beberapa pertimbangan telah didiskusikan oleh Tim terkait pendampingan pengurusan sertifikat halal terhadap produk Produk madu, yaitu pemberlakuan wajib sertifikasi Halal sejak tahun 2019 untuk seluruh produk yang beredar di Indonesia sesuai dengan Undang-undang (UU) Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Mohammad, 2021). Selain itu, sertifikasi halal saat ini menjadi sangat berarti bagi pemilik produk UMKM sebagai jaminan halal bagi konsumen. Selain sebagai jaminan halal terhadap konsumen, label halal memberikan keuntungan ekonomis bagi produsen diantaranya: (1) Dapat meningkatkan kepercayaan konsumen karena terjamin kehalalannya, (2) Memiliki USP (*Unique Selling Point*), (3) Mampu menembus pasar halal global, (4) Meningkatkan *marketability* produk di pasar, (5) Investasi yang murah jika dibandingkan dengan pertumbuhan *revenue* yang dapat dicapai (Faridah, 2019; Zakia, et al, 2020).



**Gambar 1.** Proses pendampingan bimbingan teknis (BIMTEK) Sertifikasi Halal yang diadakan oleh LPPOM MUI Jawa Timur secara online

Berdasarkan keputusan penetapan halal produk Majelis Ulama Indonesia (MUI) maka Produk madu dinyatakan memenuhi ketentuan perundang-undangan. Gambar 2

menunjukkan bahwa kemasan produk madu telah mengalami perubahan dengan adanya penambahan logo halal MUI



(a)



(b)

**Gambar 2.** Produk madu sebelum (a) dan sesudah (b) mendapatkan sertifikasi halal LPPOM MUI

Dengan adanya sertifikat PIRT dan jaminan halal dapat memberikan nilai lebih terhadap produk Produk madu, sehingga harus diimbangi dengan kualitas dari produk yang harus tetap terjaga. Dalam rangka mempertahankan kualitas produk Produk

madu, Tim pengabdian juga memberikan pelatihan dan workshop pada teknik pengemasan madu dengan penerapan teknologi tepat guna melalui alat pompa transfer madu, seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.



**Gambar 3.** Pompa Transfer Madu untuk membantu memindahkan madu dari jirigen ke drum

Produk madu merupakan madu mentah yang didapatkan dari berbagai peternak lebah terpilih. Madu yang dibawa dari peternak ditempatkan pada jirigen-jirigen berkapasitas kurang lebih 30-50 L. Ketika tiba di tempat produksi, maka madu tersebut selanjutnya dipindahkan kedalam drum plastik yang dilengkapi dengan kran dan penyaring. Kendala yang dihadapi mitra pada saat proses tersebut adalah proses menuang madu dari jirigen kedalam drum yang posisinya lebih tinggi. Selama ini proses menuang madu dilakukan secara konvensional dengan diangkat oleh para santri. Proses demikian sangat menyita tenaga dan waktu dari para santri yang bertugas. Oleh karena itu, dengan adanya pompa transfer madu yang dimodifikasi oleh Tim dapat memudahkan proses menuang madu sehingga dapat lebih menghemat tenaga dan waktu dibandingkan dengan cara konvensional. Alat ini memiliki 1 selang in dan 1 selang out dan kapasitas 500 watt serta memiliki kemampuan memindahkan cairan kental seperti madu sebanyak 20 L tiap menitnya. Semakin banyak kapasitas madu yang dipindahkan ke dalam drum, waktu yang dibutuhkan semakin singkat dan dapat

meningkatkan kapasitas produksi Produk madu. Setelah madu berhasil dipindahkan kedalam drum, maka selanjutnya adalah proses pengemasan kedalam botol kemas. Pada tahapan ini, mitra dituntut bekerja secara aseptis untuk menjaga higienitas dan kualitas produk hingga sampai ke tangan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut maka Tim juga memberikan pelatihan dan workshop mengenai proses pengemasan madu. Berdasarkan gambar 4, madu dimasukkan kedalam kemasan botol langsung dari kran yang terdapat pada drum, botol kemasan juga ditempatkan tepat di atas timbangan digital dalam keadaan botol telah ditara. Personel yang menjalankan proses ini wajib memakai atribut pelindung diri seperti masker, sarung tangan dan penutup kepala. Madu dapat ditimbang atau diukur sesuai dengan berat atau volume yang ditetapkan. Setelah madu selesai dikemas kedalam botol, proses selanjutnya adalah ditutup dan disegel. Setelah melewati proses ini, madu tidak diperkenankan untuk dibuka kembali tutupnya untuk menjaga higienitasnya, karena pada beberapa kasus, terdapat jenis madu yang harus dibuka tutupnya untuk mengeluarkan gas yang terbentuk pada madu.



**Gambar 4.** Pelatihan Proses Pengemasan Madu yang Higienis

Pada saat proses penyimpanan harus diperhatikan suhu dan kelembabannya karena penyimpanan madu akan dapat mempengaruhi mutu. Suhu penyimpanan yang baik untuk madu adalah 36 – 38°C dengan kelembaban 75 – 78 % (Wulandari, 2017). Pada saat proses penyimpanan, maka pengaruh suhu dan kelembaban dapat mempengaruhi kualitas madu. Sehingga untuk mempertahankan kualitasnya maka Tim juga memfasilitasi pelatihan dan workshop penggunaan alat refraktometer

untuk memantau kadar air pada madu, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5. Kasus yang sering muncul di pasaran saat proses penyimpanan madu adalah kemasan mengembang dan pecah (wadah plastik) dan merembes (wadah kaca) apabila disimpan dalam waktu yang lama. Permasalahan pada produk di atas, dikarenakan pada madu adanya kandungan khamir dan yeast serta tingginya kadar air yang terdapat pada produk madu sehingga akan mengalami proses fermentasi yang terus terjadi. Proses

fermentasi ini bila tidak segera diatasi maka akan muncul produksi gas yang berlebihan dan kualitas madu semakin menurun (Syah & Sebastian, 2018). Hal seperti ini perlu

diwaspadai pada saat proses penyimpanan Produk madu sehingga dengan adanya refraktometer madu dapat mempermudah mitra untuk mengontrol kadar air pada madu.



**Gambar 8.** Pelatihan Penggunaan Refraktometer Madu untuk Memantau Kadar Air pada Madu

Selain mengontrol kadar air, kualitas madu juga ditentukan dari enzim diastase dan kadar Hidroksimetil Furfural (HMF). Untuk memantau kadar senyawa tersebut, Tim

memberikan fasilitas pengujian madu melalui PT. Saraswanti Indo Genetech dengan hasil yang ditunjukkan pada tabel 1.

**Tabel 1.** Hasil Analisis Enzim Diastase dan HMF Pada Produk Madu Mitra

Parameter Uji	Hasil Pengujian	Persyaratan sesuai SNI
Enzim diastase	11.99 DN	Min. 1 DN
HMF	27.26 mg/kg	Maks. 40 mg/kg

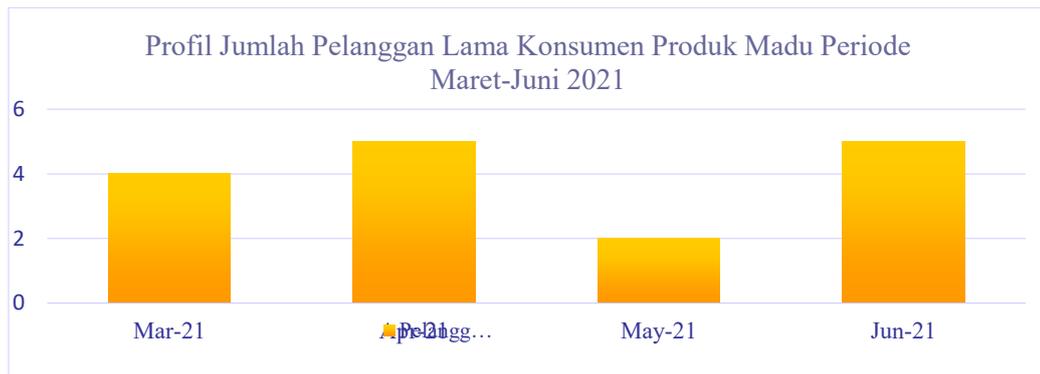
HMF merupakan hasil dekomposisi fruktosa dalam kondisi asam. Senyawa ini tidak ditemui dalam madu segar, tetapi HMF meningkat selama proses pengolahan dan penyimpanan. Proses ini terjadi secara alami, namun tingginya kadar HMF dapat mengindikasikan penyimpanan yang tidak memadai, pemanasan yang tinggi atau adanya pemalsuan dengan gula aditif. Belum ada penelitian yang melaporkan adanya efek karsinogenik dari HMF. Sedangkan enzim diastase adalah enzim yang mengubah polisakarida menjadi monosakarida. Sumber enzim diastase dalam madu adalah lebah madu sendiri, meski ada juga yang menduga nektar sebagai sumbernya. Enzim diastase digunakan sebagai penanda untuk mengevaluasi kesegaran atau kerusakan madu. Pada pemalsuan madu yang dicampur dengan sukrosa atau *High Fructose Corn Syrup* (HFCS), terjadi pengurangan jumlah enzim diastase (Suhartini, Moehtar & Darmawati,

2019). Berdasarkan hasil analisis enzim diastase dan HMF seperti yang ditunjukkan pada tabel 1, maka dapat disimpulkan produk madu yang dihasilkan oleh Mitra kualitasnya tetap terjaga selama proses penyimpanan dan merupakan madu dengan kualitas yang baik, terbukti dengan kadar enzim diastase dan HMF sesuai dengan yang dipersyaratkan oleh SNI 8664:2018.

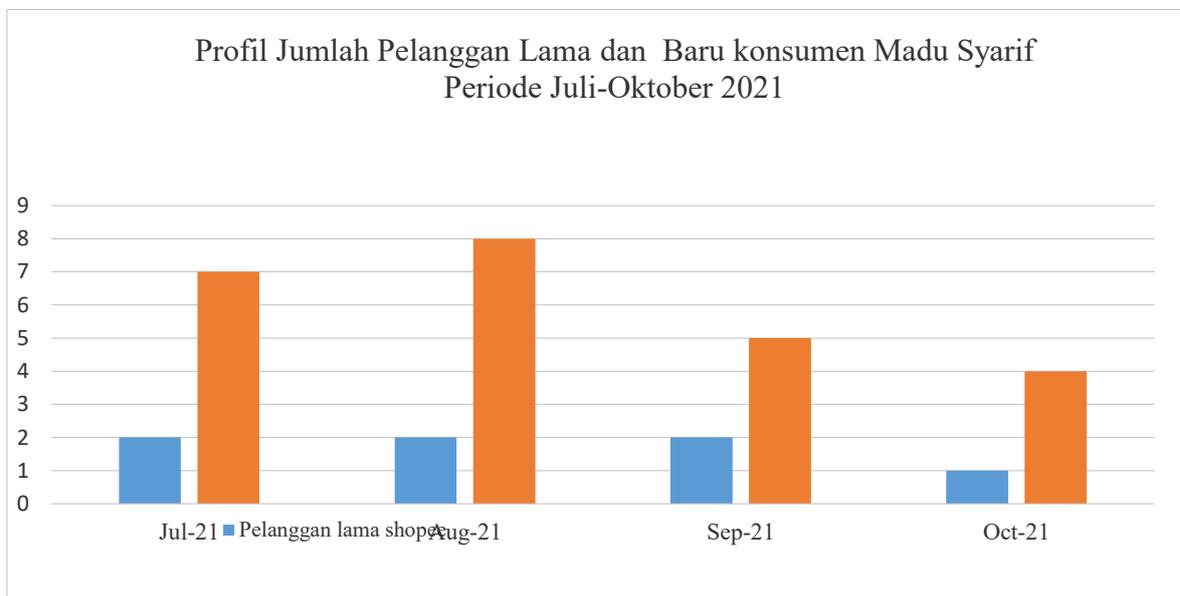
Madu dengan kualitas yang baik belum tentu dinilai oleh konsumen demikian. Kenyataannya, konsumen masih banyak termakan informasi palsu tentang madu. Oleh karena itu, strategi pemasaran untuk produk madu perlu diperhatikan. Pemberian edukasi terkait madu sangat diperlukan untuk menggali kepercayaan pelanggan terhadap produk madu berkualitas. Selama ini konsumen tetap dari produk madu mitra adalah dari kalangan donatur dan lingkungan sekitar. Sehingga perlu dilakukan pendampingan strategi pemasaran oleh Tim

dengan memperluas informasi mengenai keberadaan produk madu yang diproduksi oleh mitra di tengah masyarakat Indonesia. Pemasaran adalah salah satu bagian penting dalam menjalankan suatu usaha. Perlu adanya pengelolaan yang baik agar usaha tersebut dapat tumbuh dan berkembang lebih baik sehingga mampu bersaing dengan para pesaingnya. Strategi pemasaran diperlukan agar segmen pasar, penentuan pasar sasaran, dan penentuan posisi pasar dapat dengan tepat dipilih. Website dan media sosial telah memberikan banyak peluang bagi para pelaku UMKM untuk dapat mengembangkan pasar terutama dalam hal promosi untuk menarik sasaran pasar yang mereka tuju. Salah satu tujuan dari pemasaran yang efektif adalah untuk mengenalkan keberadaan suatu produk kepada konsumennya secara luas dan bagaimana membuat merek produk tersebut menjadi top of mind dalam benak konsumen dan menjadikannya brand preferences bagi konsumen saat hendak melakukan sebuah keputusan pembelian (Kom, 2018). Upaya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk ini dilakukan dengan menampilkan iklan baik di Instagram maupun di marketplace seperti Shopee. Periklanan merupakan alat yang paling ampuh untuk membangun kesadaran (awareness) akan suatu perusahaan, produk, jasa, atau gagasan (Poetra & Christantyawati, 2017). Salah satu model yang sering digunakan untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap perilaku konsumen adalah model AIDA (Gambar 9). Pada model AIDA dijelaskan langkah-langkah yang dilakukan konsumen dalam merespon iklan. Langkah tersebut meliputi kesadaran (awareness), mempertahankan minat (interest), merangsang kemauan (desire), dan mengakibatkan terjadinya tindakan pembelian produk atau jasa (action) (Johar, 2015). Pada kegiatan ini, strategi pemasaran oleh Tim fokus pada membangun awareness pada calon pelanggan baru secara online. Pada tahap awareness, konsumen sebagian besar tidak menyadari keberadaan produk tersebut, oleh karena itu sebagai penjual, mitra harus memiliki tujuan untuk membangun suatu kesadaran, dapat berupa sebuah pengakuan suatu nama dari produk

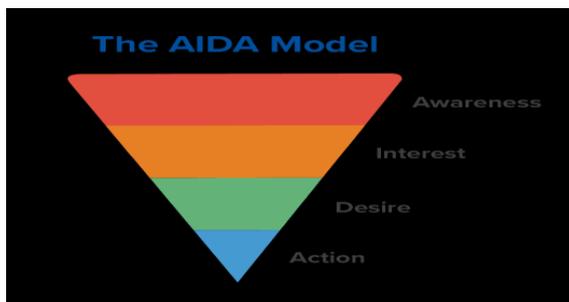
tersebut dengan pesan yang sederhana dengan menyebutkan ulang nama merek, atau memberikan sebuah informasi dasar mengenai produk madu. Untuk memulai membangun awareness konsumen, Tim melakukan pendampingan melalui pelatihan Webinar Iklan di Shopee yang dihadiri oleh mitra untuk mengoptimalkan iklan yang dilakukan di Shopee. Sejak awal peluncurannya Shopee menjadi platform toko online yang memiliki brand ternama, kini Shopee telah memiliki mitra bisnis mencapai lebih dari 70 penyedia layanan kurir terbaik yang ada diseluruh negara dan menyediakan berbagai dukungan logistik untuk semua penggunanya. Shopee juga telah meningkatkan kerjasamanya dengan berbagai jasa logistik lokal dan penyedia jasa transportasi online ternama dari berbagai Negara (Fauziah, 2020). Hal ini yang menjadi dasar utama Tim untuk memilih shopee sebagai media utama penjualan produk madu mitra secara online. Shopee cukup gencar dalam mempromosikan layanannya di Indonesia khususnya layanan bebas ongkos kirim, sehingga minat konsumen terhadap platform ini semakin banyak. Dengan program-program, kampanye, dan promosi yang dilakukan, Shopee berhasil menduduki 5 besar e-commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak. Dari hasil iklan produk madu pada Shopee terdapat penambahan pelanggan baru. Menjadi awal yang positif mengingat tujuan beriklan bukan langsung untuk meningkatkan penjualan, namun *awareness* kepada masyarakat mengenai keberadaan produk madu mitra. Berikut ini merupakan grafik yang menunjukkan gambaran perbedaan jumlah pelanggan sebelum dan setelah mendapatkan pelatihan dari Tim Ubaya. Terdapat jumlah penambahan pelanggan baru setelah mendapatkan binaan dari Tim Ubaya pada periode Juli sampai Oktober 2021.



**Grafik 1.** Profil Jumlah Pelanggan Lama Konsumen Produk Madu Sebelum mendapat Binaan dari Tim Pengabdian



**Grafik 2.** Profil Jumlah Pelanggan Lama dan Baru Konsumen Produk Madu Setelah mendapat Binaan dari Tim Pengabdian



**Gambar 9.** Strategi Pemasaran dengan model AIDA

program yang akan diestafetkan kepada para santri yang bertugas sebagai admin Shopee untuk terus memantau pelanggan dan senantiasa memberikan edukasi tentang produk sehingga timbul *repeat order* akibat dari kepercayaan terhadap produk madu yang dihasilkan oleh mitra dan tidak menutup kemungkinan dapat meningkatkan jumlah pelanggan tetap.

Dari grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan penambahan pelanggan baru meskipun belum terlalu signifikan, namun sudah menunjukkan kemajuan dalam menjaring pelanggan baru. Oleh karena itu, rencana selanjutnya yang harus dilakukan adalah sustainabilitas



**Gambar 10.** Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Tim Ubaya dengan Yayasan Al Madina

## SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini telah mampu meningkatkan keterampilan mitra dalam memenuhi ketentuan pemerintah tentang jaminan halal produk. Hal ini terbukti dengan keberhasilan mitra memperoleh sertifikasi halal produk madu yang dikelola melalui pendampingan oleh Tim Ubaya dan LPPOM MUI. Mitra juga telah mampu mempertahankan kualitas madu selama proses penyimpanan. Hal ini dibuktikan dengan kadar enzim diastase dan HMF sesuai dengan yang dipersyaratkan oleh SNI 8664:2018 dan dapat memanfaatkan refraktometer madu untuk memantau kadar air pada madu selama proses penyimpanan untuk mencegah terjadinya fermentasi. Melalui program pendampingan oleh Tim, mitra juga dapat menjangkau pelanggan baru dengan menerapkan sistem pemasaran dengan konsep AIDA yang diawali dengan menumbuhkan *awareness* pada konsumen tentang keberadaan madu yang diproduksi oleh mitra ditengah produk-produk madu yang yang beredar di Indonesia. Pada tahapan ini, mitra berhasil mendapatkan sejumlah pelanggan baru tiap bulannya selama 4 bulan pendampingan oleh Tim. Saran untuk program pengabdian selanjutnya adalah dengan membuat inovasi pengemasan madu *single use* agar lebih praktis digunakan konsumen dan meningkatkan daya saing serta memaksimalkan strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan *action* konsumen untuk dapat melakukan keputusan pembelian terhadap produk madu mitra.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abedi, F., Ghasemi, S., Farkhondeh, T., Azimi-Nezhad, M., Shakibaei, M., & Samarghandian, S. (2021). Possible Potential Effects of Honey and Its Main Components Against Covid-19 Infection. *Dose-Response*, 19(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/1559325820982423>
- Ashraf, S., Ashraf, S., Ashraf, M., Imran, M. A., Kalsoom, L., Siddiqui, U. N., ... Siddique, S. (2020). Honey and Nigella sativa against COVID-19 in Pakistan (HNS-COVID-PK): A multi-center placebo-controlled randomized clinical trial. *MedRxiv*. <https://doi.org/10.1101/2020.10.30.20217364>
- Badan Standarisasi Nasional. (2018). Standar Nasional Indonesia (SNI) 8664:2018
- Chairunnisyah, S. (2017). *Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika*. 3(2), 64–75.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78. Retrieved from file:///C:/Users/HP/Downloads/1219-161-PB.pdf
- Fauziah, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shoppe” Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45–53. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.792>
- Frastawan, D., Sup, A., Syams, A., Fahmi, R., Hilal, F. N., & Firdaus, M. I. (2020). Dinamika Regulasi Sertifikasi Halal di Indonesia. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 10(1), 37–45. Retrieved from <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/1332>
- Hossain, K. S., Hossain, M. G., Moni, A., Rahman, M. M., Rahman, U. H., Alam, M., ... Uddin, M. J. (2020). Prospects of honey in fighting against COVID-19: pharmacological insights and therapeutic promises. *Heliyon*, 6(12), e05798.

- <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05798>
- <https://www.kompas.com/tren/read/2021/03/11/fsdgcxv104000165/hari-ini-dalam-sejarah--who-tetapkan-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>
- Johar, D. S., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Efektifitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(1), 1–10.
- Kom, J. M. (2018). *Pengaruh content marketing terhadap pembentukan brand awareness pada kalbis institute.* (2), 45–57.
- Mohammad, M. F. M. (2021). The Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *Kertha Wicaksana*, 15(2), 149–157. <https://doi.org/10.22225/kw.15.2.2021.149-157>
- Mukidi. (2020). *Media Komunikasi dan Informasi Hukum dan Masyarakat JURNAL HUKUM KAIDAH Media Komunikasi dan Informasi Hukum dan Masyarakat.*
- Poetra, R. R., & Christantyawati, N. (2017). Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(1), 22–36. <https://doi.org/10.25139/jkp.v1i1.170>
- Ro, H. P., Kusnandar, F., & Hermanianto, J. (2017). Sistem Sertifikasi Halal dengan Sistem CEROL-SS23000 untuk Berbagai Kategori Produsen Pangan. *Jurnal Mutu Pangan ...*, 4(1), 1–7. Retrieved from [http://www.academia.edu/download/63112965/2017\\_SJH\\_Haphiro\\_ITP20200427-88771-155boxv.pdf](http://www.academia.edu/download/63112965/2017_SJH_Haphiro_ITP20200427-88771-155boxv.pdf)
- Suhartini, E. A., Moechtar, J., & Darmawati, A. (2019). Mutu Produk Madu yang Dijual di Surabaya. *Jurnal Farmasi Dan Ilmu Kefarmasian Indonesia*, 5(1), 45. <https://doi.org/10.20473/jfiki.v5i12018.45-55>
- Syah, B., & Sebastian, Y. (2018). *Rancang Bangun Mesin Penurun Kadar Air Sistik Penyemprotan Madu Panas Melewati Udara Bergerak Didalam Ruang Dingin ( Rh Rendah ) Design Reducer Machine Water Content With Spraying Hot Honey System at Moving Air in Air Conditioner ( Low Rh ).*
- Wulandari, D. D. (2017). Kualitas Madu (Keasaman, Kadar Air, Dan Kadar Gula Pereduksi) Berdasarkan Perbedaan Suhu Penyimpanan. *Jurnal Kimia Riset, Volume 2 No. 1*, p. 16-22
- Zahrani, C. I., & Pramana, S. (2021). Analisis Perkembangan Kasus COVID-19 Berkaitan dengan Kebijakan Pemerintah di Pulau Jawa. *Indonesian of Health Information Management Journal (INOHIM)*, 9(1), 01-12. <https://doi.org/10.47007/inohim.v9i1.224>
- Zakia, N., Suhartanto, D., Kania, R., & Kunci, K. (2020). Faktor Pembentuk Kepercayaan Pembelian Makanan Halal melalui Pengiriman Makanan Daring. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1186–1191.