



Model Pengembangan UMKM di Kota Madiun Berbasis Green Economy, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

*Noor Harini, Ahmad Wahyudi, Devi Dwi Siskawardani

Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia



DOI: <https://doi.org/10.5362/jippmas.v6i1.825>

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima: 31 Mei 2026

Revisi Akhir: 14 Juni 2026

Disetujui: 19 Juni 2026

Terbit: 29 Juni 2026

Kata Kunci:

Digitalisasi;

Green Economy;

Halalan Thoyiban;

Kesejahteraan Masyarakat;

UMKM.



ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kota Madiun melalui penerapan konsep *green economy*, halalan thoyiban, dan digitalisasi sebagai upaya mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan di Kota Madiun, dengan melibatkan 40 yang berasal dari berbagai sektor usaha. Program ini dilaksanakan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan usaha berbasis *green economy*, penerapan prinsip Halalan Thoyiban, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan manajemen usaha. Evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman pada seluruh aspek yang diukur, yaitu konsep *Green Economy* dari 38% menjadi 88%, prinsip Halalan Thoyiban dari 45% menjadi 90%, digitalisasi usaha dari 42% menjadi 87%, serta strategi pengembangan usaha berkelanjutan dari 35% menjadi 82%. Selain itu, peserta mulai menerapkan praktik usaha yang lebih ramah lingkungan, meningkatkan standar kebersihan dan keamanan produk, serta memanfaatkan media digital untuk memperluas akses pasar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa integrasi aspek *Green Economy*, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi merupakan model pengembangan UMKM yang efektif dalam mendukung peningkatan daya saing usaha sekaligus mendorong terciptanya usaha yang berorientasi pada keberlanjutan.

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia hingga saat ini masih menjadi salah satu kekuatan utama dalam menopang pertumbuhan ekonomi masyarakat (Idayu et al., 2021). Kehadiran UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak aktivitas ekonomi lokal, tetapi juga mampu membuka lapangan pekerjaan, mengurangi angka pengangguran, serta menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat di berbagai daerah (Nurhidayanti, 2025). Dalam kondisi ekonomi yang sering mengalami ketidakstabilan, sektor UMKM terbukti memiliki kemampuan bertahan yang cukup baik dibandingkan sektor usaha berskala besar. Oleh karena itu, keberadaan UMKM perlu terus didukung melalui berbagai program pemberdayaan dan pengembangan yang berorientasi pada peningkatan kapasitas usaha serta kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Kota Madiun sebagai salah satu daerah yang memiliki aktivitas ekonomi cukup dinamis juga menunjukkan perkembangan UMKM yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Berbagai jenis usaha tumbuh dan berkembang di tengah masyarakat, mulai dari sektor kuliner, kerajinan, perdagangan, hingga jasa. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Kota Madiun memiliki semangat kewirausahaan yang cukup tinggi dalam memanfaatkan peluang ekonomi yang ada. Namun demikian, perkembangan

UMKM tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari aspek manajemen usaha, pemasaran, kualitas produk, maupun kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

Dalam praktiknya, sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara konvensional dengan pengelolaan yang sederhana (Mutiarani et al., 2026). Banyak pelaku usaha yang belum memiliki sistem administrasi usaha yang baik, belum mampu melakukan pencatatan keuangan secara teratur, serta masih terbatas dalam memahami strategi pemasaran modern (Paendong et al., 2022). Kondisi tersebut menyebabkan daya saing produk UMKM menjadi kurang optimal, terutama ketika harus bersaing dengan produk-produk dari luar daerah yang telah memiliki sistem produksi dan pemasaran yang lebih maju. Selain itu, keterbatasan akses informasi dan pendampingan juga menjadi salah satu faktor yang menghambat perkembangan usaha masyarakat (Maimuna et al., 2024).

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola konsumsi dan aktivitas ekonomi masyarakat. Perubahan tersebut ditandai dengan meningkatnya penggunaan media sosial, marketplace, dan berbagai platform digital sebagai sarana promosi serta transaksi usaha (Fikri & Junaidi, 2024). Transformasi digital pada sektor UMKM menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari karena mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi usaha (Putra et al., 2023). Akan tetapi, tidak semua pelaku UMKM mampu mengikuti perubahan tersebut dengan baik. Sebagian pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital karena keterbatasan pengetahuan, keterampilan, maupun fasilitas pendukung (Morisson & Fikri, 2025).

Selain persoalan digitalisasi, tantangan lain yang saat ini semakin penting diperhatikan adalah isu keberlanjutan lingkungan dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Pertumbuhan usaha yang tidak memperhatikan aspek lingkungan dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti meningkatnya limbah produksi, penggunaan bahan yang tidak ramah lingkungan, serta eksploitasi sumber daya secara berlebihan (Hersiyah & Rohman, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga perlu mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan agar kegiatan usaha dapat berjalan dalam jangka panjang tanpa merusak ekosistem sekitar (Albariah, 2025).

Konsep *green economy* menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk diterapkan dalam pengembangan UMKM di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian lingkungan (Prihatanti et al., 2025). *Green economy* pada dasarnya menekankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan keberlanjutan lingkungan (Nugraha, 2026). Melalui pendekatan ini, pelaku UMKM didorong untuk menggunakan bahan baku yang lebih ramah lingkungan, mengurangi limbah produksi, menghemat penggunaan energi, serta menerapkan pola usaha yang lebih berkelanjutan (Marsela & Fitrianna, 2025). Penerapan konsep *green economy* tidak hanya memberikan manfaat bagi lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan citra produk di mata konsumen yang saat ini semakin peduli terhadap isu lingkungan (Atikah et al., 2026).

Di samping konsep *green economy*, aspek halalan thoyiban juga menjadi bagian penting dalam pengembangan UMKM, khususnya di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Konsep halalan thoyiban tidak hanya berkaitan dengan kehalalan produk dari sisi hukum agama, tetapi juga mencakup aspek kebersihan, kesehatan,

keamanan, dan kualitas produk yang dikonsumsi masyarakat (Tasdiq & Dahliana, 2025). Dalam konteks usaha, penerapan prinsip halalan thoyiban dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memberikan nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan (Avifa et al., 2025). Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya penerapan prinsip tersebut secara menyeluruh dalam proses produksi dan pemasaran usaha mereka.

Kurangnya pemahaman mengenai standar produk halal dan thoyib sering kali menyebabkan pelaku usaha belum mampu memenuhi kebutuhan pasar yang semakin selektif terhadap kualitas produk. Beberapa pelaku UMKM masih menganggap bahwa konsep halal hanya sebatas pada bahan baku yang digunakan, padahal aspek proses produksi, penyimpanan, pengemasan, hingga distribusi juga menjadi bagian yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, diperlukan adanya edukasi dan pendampingan yang mampu membantu pelaku UMKM memahami penerapan prinsip halalan thoyiban secara lebih komprehensif agar produk yang dihasilkan memiliki daya saing yang lebih baik.

Perkembangan perilaku konsumen saat ini juga menunjukkan adanya kecenderungan masyarakat untuk memilih produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga aman, sehat, ramah lingkungan, dan mudah diakses secara digital (Fitria, 2024). Perubahan pola konsumsi tersebut menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pelaku UMKM untuk melakukan inovasi usaha. Pelaku UMKM yang mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar akan memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dibandingkan pelaku usaha yang tetap bertahan dengan pola usaha tradisional (Pentanurbowo & Amin, 2025). Oleh sebab itu, integrasi antara *green economy*, halalan thoyiban, dan digitalisasi menjadi langkah strategis dalam membangun model pengembangan UMKM yang lebih adaptif terhadap perubahan zaman.

Kota Madiun memiliki potensi yang cukup besar dalam mengembangkan model UMKM berbasis *green economy*, halalan thoyiban, dan digitalisasi. Potensi tersebut dapat dilihat dari keberagaman jenis usaha masyarakat, meningkatnya penggunaan teknologi digital, serta adanya dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan ekonomi masyarakat. Selain itu, masyarakat Kota Madiun juga memiliki budaya sosial yang kuat dan mendukung kegiatan usaha berbasis komunitas. Kondisi ini menjadi modal penting dalam membangun ekosistem UMKM yang lebih inovatif dan berkelanjutan.

Meskipun demikian, proses pengembangan UMKM berbasis *green economy*, halalan thoyiban, dan digitalisasi masih memerlukan pendampingan yang terarah. Sebagian pelaku usaha masih belum memahami cara menerapkan konsep usaha ramah lingkungan dalam aktivitas produksi mereka (Kosim et al., 2025). Di sisi lain, kemampuan penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha juga masih relatif terbatas. Kurangnya literasi digital menyebabkan banyak pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan media sosial dan marketplace secara optimal sebagai sarana pengembangan usaha (Tania et al., 2025).

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak dapat dilakukan hanya melalui pemberian bantuan modal semata. Dibutuhkan pendekatan yang lebih menyeluruh melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan manajemen usaha, edukasi lingkungan, pemahaman konsep halalan thoyiban, serta pelatihan digitalisasi usaha. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan usaha, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam jangka panjang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi salah satu bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam membantu menyelesaikan berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat, termasuk dalam pengembangan UMKM. Perguruan tinggi memiliki peran penting sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan dan inovasi yang dapat diterapkan secara langsung dalam kehidupan masyarakat. Melalui kegiatan pengabdian, berbagai pengetahuan dan keterampilan dapat ditransformasikan kepada pelaku usaha sehingga mampu meningkatkan kapasitas dan kualitas usaha masyarakat secara nyata.

Dalam konteks pengembangan UMKM di Kota Madiun, kegiatan pengabdian masyarakat diarahkan untuk membangun model pengembangan usaha yang lebih terintegrasi antara aspek ekonomi, lingkungan, nilai keagamaan, dan teknologi digital. Pendekatan tersebut dipandang penting karena tantangan usaha saat ini tidak lagi hanya berkaitan dengan kemampuan produksi, tetapi juga menyangkut kemampuan adaptasi terhadap perubahan sosial, teknologi, dan kebutuhan pasar. Oleh sebab itu, penguatan UMKM perlu dilakukan secara multidimensional agar hasil yang dicapai lebih optimal dan berkelanjutan.

Penerapan model pengembangan UMKM berbasis *green economy* diharapkan mampu mendorong pelaku usaha untuk lebih peduli terhadap lingkungan melalui penggunaan bahan yang lebih aman dan pengelolaan limbah yang lebih baik. Sementara itu, penerapan prinsip halalan thoyiban diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan keamanan produk sehingga mampu memperkuat kepercayaan konsumen. Adapun digitalisasi usaha diharapkan mampu membantu pelaku UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi promosi, dan memperkuat daya saing produk di era ekonomi digital.

Pengembangan UMKM berbasis *green economy*, halalan thoyiban, dan digitalisasi bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan ekonomi semata, tetapi juga menjadi bagian dari upaya membangun sistem ekonomi masyarakat yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing. Pendekatan ini diharapkan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program “Model Pengembangan UMKM di Kota Madiun Berbasis Green Economy, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat” menjadi langkah strategis dalam menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat di Kota Madiun.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui program “Model Pengembangan UMKM di Kota Madiun Berbasis Green Economy, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat” dilaksanakan di Kota Madiun dengan melibatkan 40 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berasal dari berbagai sektor usaha, seperti kuliner, perdagangan, dan industri rumah tangga. Pemilihan peserta dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan tingkat kebutuhan pengembangan usaha, kesiapan mengikuti program, serta potensi usaha untuk dikembangkan melalui pendekatan ekonomi hijau, prinsip halalan thoyiban, dan transformasi digital.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh tahapan kegiatan. Menurut Kemmis dan McTaggart, pendekatan PAR memungkinkan masyarakat menjadi subjek utama dalam proses perubahan melalui tahapan perencanaan, tindakan,

observasi, dan refleksi. Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong partisipasi pelaku UMKM dalam mengidentifikasi permasalahan usaha sekaligus merumuskan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Secara operasional, program pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahap terstruktur berikut:

1. **Tahap Identifikasi Masalah dan Persiapan:** Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan mitra melalui wawancara, diskusi, serta pengamatan langsung terhadap kondisi usaha UMKM. Hasil identifikasi menjadi dasar dalam penyusunan program, materi pelatihan, dan strategi pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta.
2. **Tahap Sosialisasi:** Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan konsep green economy, halalan thoyiban, dan digitalisasi sebagai strategi pengembangan usaha.
3. **Tahap Pelatihan:** Pelatihan dilaksanakan melalui ceramah interaktif, diskusi, studi kasus, serta praktik langsung yang mencakup pengelolaan usaha ramah lingkungan, peningkatan kualitas dan keamanan produk, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Konsep ini mengacu pada teori *green economy* yang dikemukakan oleh *United Nations Environment Programme (UNEP)*, yaitu pembangunan ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat tanpa mengabaikan keberlanjutan lingkungan.
4. **Tahap Pendampingan:** Tim memberikan pendampingan secara langsung maupun daring kepada peserta guna membantu implementasi materi dalam kegiatan usaha sehari-hari.
5. **Tahap Evaluasi:** Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, pre-test dan post-test dengan fokus pada peningkatan pemahaman peserta, penerapan konsep yang telah diberikan, kemampuan pemasaran digital, serta pengembangan kualitas produk dan pengelolaan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program “Model Pengembangan UMKM di Kota Madiun Berbasis Green Economy, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat” dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang meliputi identifikasi kebutuhan pelaku usaha, penyuluhan dan pelatihan, pendampingan implementasi, serta evaluasi hasil kegiatan. Program ini diikuti oleh 40 pelaku UMKM yang berasal dari berbagai sektor usaha, seperti kuliner, kerajinan, perdagangan, dan usaha rumah tangga yang tersebar di wilayah Kota Madiun.

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan observasi dan diskusi dengan peserta untuk mengidentifikasi kondisi usaha yang sedang dijalankan. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan pemahaman mengenai konsep green economy, minimnya pengetahuan terkait standar halal dan thoyib dalam proses produksi, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan usaha. Sebagian besar peserta masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan platform digital secara optimal untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 1. Proses Penyampaian Materi

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai konsep dan implementasi green economy pada sektor UMKM. Materi yang diberikan mencakup pengelolaan limbah usaha, penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan, efisiensi energi, pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, serta strategi produksi yang berkelanjutan. Selama sesi pelatihan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama ketika diberikan contoh penerapan sederhana yang dapat dilakukan pada skala usaha mikro dan kecil. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman bahwa praktik usaha yang memperhatikan aspek lingkungan tidak hanya memberikan manfaat ekologis, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing produk di pasar.

Kegiatan berikutnya berfokus pada penerapan prinsip Halalan Thoyiban dalam pengelolaan usaha. Materi yang disampaikan meliputi pemilihan bahan baku yang halal, proses produksi yang higienis, penyimpanan produk yang aman, serta pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian peserta menganggap bahwa konsep halal hanya berkaitan dengan bahan baku yang digunakan. Namun setelah mengikuti pelatihan, peserta memahami bahwa konsep Halalan Thoyiban mencakup seluruh rantai produksi, mulai dari pengadaan bahan baku hingga distribusi produk kepada konsumen. Pemahaman tersebut menjadi modal penting bagi peserta dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Selain itu, peserta memperoleh pelatihan mengenai digitalisasi usaha yang meliputi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pemanfaatan marketplace, penyusunan konten pemasaran digital, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana, serta strategi membangun branding produk secara daring. Pada sesi praktik, peserta didampingi untuk membuat akun bisnis pada berbagai platform digital dan mempelajari teknik pengambilan foto produk yang menarik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu mengoperasikan platform digital yang diperkenalkan dan mulai menyusun strategi pemasaran berbasis teknologi sesuai karakteristik usahanya masing-masing.

Tahap pendampingan dilakukan setelah seluruh materi pelatihan selesai diberikan. Pendampingan bertujuan memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh ke dalam kegiatan usaha sehari-hari. Tim pengabdian melakukan monitoring secara berkala melalui kunjungan lapangan dan komunikasi daring. Hasil pendampingan menunjukkan adanya perubahan positif pada pola pengelolaan usaha peserta. Beberapa pelaku UMKM mulai mengurangi penggunaan kemasan plastik, memperbaiki standar kebersihan tempat produksi, menggunakan

media sosial secara aktif untuk promosi, serta mulai mempersiapkan dokumen yang diperlukan untuk proses sertifikasi halal.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test yang diberikan kepada 40 peserta pada akhir program untuk mengetahui perbandingan tingkat pengetahuan masyarakat.

Tabel 1. Perbandingan Tingkat Pengetahuan Peserta Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Aspek Pengetahuan	Pre-Test	Post-Test
Memahami Konsep Green Economy	38%	88%
Memahami Prinsip Halalan Thoyiban	45%	90%
Memahami Digitalisasi Usaha	42%	85%
Memahami Strategi Pengembangan Usaha Berkelanjutan	35%	82%

Berdasarkan tabel 1 di atas, menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan pada seluruh aspek yang diukur. Peningkatan tertinggi terjadi pada pemahaman mengenai konsep *green economy* dan prinsip halalan thoyiban. Hal ini mengindikasikan bahwa materi yang diberikan mampu meningkatkan kapasitas pengetahuan peserta secara efektif.

Pembahasan

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pengembangan UMKM yang mengintegrasikan aspek Green Economy, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi merupakan strategi yang relevan dalam menjawab tantangan usaha mikro dan kecil di era modern. Ketiga aspek tersebut saling melengkapi dalam menciptakan model usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan lingkungan, kualitas produk, serta kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Temuan ini sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang dikemukakan oleh John Elkington melalui teori Triple Bottom Line, yang menegaskan bahwa keberhasilan suatu usaha tidak hanya diukur dari aspek profit, tetapi juga dari kontribusinya terhadap aspek people dan planet. Dengan demikian, integrasi Green Economy, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi menjadi bentuk implementasi nyata dari prinsip pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Dari perspektif green economy, peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya pengelolaan lingkungan menjadi salah satu capaian utama program. Sebelum mengikuti kegiatan, sebagian besar peserta belum mengaitkan praktik ramah lingkungan dengan peningkatan daya saing usaha. Setelah memperoleh pelatihan, peserta mulai memahami bahwa efisiensi penggunaan sumber daya, pengurangan limbah, dan penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan dapat memberikan nilai tambah bagi produk yang dihasilkan. Perubahan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki potensi besar untuk menjadi agen pembangunan ekonomi yang berkelanjutan apabila diberikan pendampingan yang memadai. Temuan tersebut didukung oleh teori Green Economy yang dikemukakan oleh United Nations Environment Programme yang menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi dapat berjalan beriringan dengan pelestarian lingkungan melalui pemanfaatan sumber daya

yang efisien, rendah emisi karbon, dan berorientasi pada keberlanjutan. Selain itu, teori Resource Efficiency menyatakan bahwa efisiensi penggunaan sumber daya mampu meningkatkan produktivitas sekaligus mengurangi biaya produksi sehingga memberikan keuntungan kompetitif bagi pelaku usaha.

Pada aspek Halalan Thoyiban, hasil kegiatan memperlihatkan adanya peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya menjaga kualitas dan keamanan produk. Pemahaman mengenai konsep halal yang sebelumnya terbatas pada aspek bahan baku berkembang menjadi pemahaman yang lebih komprehensif terkait proses produksi, sanitasi, penyimpanan, hingga distribusi produk. Kondisi tersebut sangat penting karena kepercayaan konsumen saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh jaminan keamanan dan kehalalan produk yang dikonsumsi. Temuan ini selaras dengan pengabdian (Raehana & Kalsum, 2025) yang mengemukakan bahwa setelah mengikuti program terjadi peningkatan pemahaman mitra UMKM tentang literasi halal, termasuk konsep halal-thayyib dan proses sertifikasi, yang ditunjukkan oleh terbitnya tiga sertifikat halal, enam produk yang telah masuk tahap pengusulan, serta sejumlah produk lain yang sedang melengkapi dokumen. Hasil tersebut dapat dijelaskan melalui teori Consumer Trust yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen terbentuk ketika produk yang ditawarkan mampu memenuhi standar kualitas, keamanan, dan nilai-nilai yang diyakini oleh konsumen. Selain itu, konsep Halalan Thoyiban dalam perspektif ekonomi Islam menegaskan bahwa suatu produk tidak hanya harus halal dari segi hukum syariah, tetapi juga harus thayyib atau baik, aman, sehat, dan bermanfaat bagi masyarakat. Oleh karena itu, penerapan prinsip Halalan Thoyiban menjadi faktor penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk UMKM.

Sementara itu, digitalisasi menjadi komponen yang memberikan dampak langsung terhadap pengembangan usaha peserta. Kemampuan memanfaatkan media sosial, marketplace, dan aplikasi digital memberikan peluang yang lebih luas bagi pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen di luar wilayah pemasaran tradisional. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa beberapa peserta mulai mengalami peningkatan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial dan memperoleh pesanan dari wilayah yang sebelumnya belum dapat dijangkau. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital dapat menjadi sarana efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Temuan ini sejalan dengan temuan (Raehana & Kalsum, 2025) menyatakan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan memperkuat kemampuan mitra dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Secara teoritis, hasil tersebut sesuai dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis. Teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dianggap bermanfaat (*perceived usefulness*) dan mudah digunakan (*perceived ease of use*). Selain itu, teori Diffusion of Innovation yang dikemukakan oleh Everett Rogers menjelaskan bahwa adopsi inovasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jaringan pemasaran, serta mempercepat penyebaran informasi dalam kegiatan bisnis.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa model pengembangan UMKM berbasis Green Economy, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi mampu meningkatkan kapasitas pengetahuan, keterampilan, serta kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks. Peningkatan pemahaman peserta yang didukung oleh tingginya tingkat kepuasan terhadap program mengindikasikan bahwa model ini memiliki potensi untuk diterapkan secara lebih luas

sebagai salah satu strategi pemberdayaan UMKM. Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori Pemberdayaan Masyarakat (*Community Empowerment Theory*) yang menyatakan bahwa peningkatan kapasitas individu dan kelompok melalui pendidikan, pelatihan, serta pendampingan akan menghasilkan kemandirian dan kemampuan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Dalam jangka panjang, implementasi model tersebut diharapkan dapat mendorong peningkatan produktivitas usaha, memperluas akses pasar, meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, serta berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Model Pengembangan UMKM di Kota Madiun Berbasis Green Economy, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai penerapan prinsip green economy, konsep Halalan Thoyiban, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan dan pemasaran usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek yang diukur, ditandai dengan meningkatnya tingkat pemahaman peserta pada terhadap konsep green economy dari 38% menjadi 88%, prinsip halalan thoyiban dari 45% menjadi 90%, digitalisasi usaha dari 42% menjadi 85%, serta strategi pengembangan usaha berkelanjutan dari 35% menjadi 82%. Selain peningkatan pengetahuan, peserta juga mulai menerapkan praktik usaha yang lebih ramah lingkungan, memperhatikan aspek halal dan keamanan produk, serta memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan, integrasi aspek Green Economy, Halalan Thoyiban, dan Digitalisasi terbukti menjadi model pengembangan UMKM yang relevan dan adaptif terhadap kebutuhan usaha saat ini. Model tersebut berpotensi mendorong peningkatan daya saing, produktivitas, dan keberlanjutan usaha, sehingga dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan dukungan moral, akademik, dan administratif sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kota Madiun, perangkat kelurahan, komunitas UMKM, serta berbagai pihak terkait yang telah memberikan izin, bantuan koordinasi, dan dukungan selama kegiatan berlangsung. Apresiasi yang tinggi turut disampaikan kepada pelaku UMKM di Kota Madiun yang telah berpartisipasi aktif sebagai mitra dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Albariah, R., & Abdurrohim, A. (2025). Inovasi Berkelanjutan dalam UMKM: Mengintegrasikan Praktik Ramah Lingkungan dalam Strategi Pertumbuhan Berbasis Nilai Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 80–90.
- Atikah, N. N., Setiawan, R. A., & Makmur, M. (2026). Integrasi Prinsip Ekonomi Islam Dalam Praktik Green Economy Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Sektor Kuliner Halal Di Kota Bengkulu). *Jurnal*

- Masharif al-Syariah: *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11(204), 1165–1179. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v11i3.31509>
- Avifa, N. M., Rahayu, E. T., Febrianti, P. F., Gibran, U., & Faraby, M. E. (2025). Peran Sertifikasi Halal Dalam Peningkatan Daya Saing Produk Makanan Indonesia di Pasar Global. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 3(11). <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/7cvhn880>
- Fikri, M., & Junaidi, A. (2024). Perubahan Pola Konsumsi Dan Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Di Era Digital. *JUPI Jurnal Pendidikan Sosial Indonesia*, 2(1), 12–19. <https://doi.org/10.62238/jupsi.v2i1.139>
- Fitria, N. (2024). Studi Tentang Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Ramah Lingkungan. *Journal Central Publisher*, 1(8), 896–904. <https://doi.org/10.60145/jcp.v1i8.184>
- Hersiyah, H., & Rohman, A. (2025). Integrasi Aspek Lingkungan Dalam Penentuan Kelayakan Usaha Berkelanjutan. *Iltizam : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 3(1), 37–48. <https://doi.org/10.35316/iltizam.v3i1.7288>
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Kosim, M., Azis, N., & Wiryawan, T. W. (2025). Optimalisasi Peran UMKM dalam Mewujudkan Ekonomi Berkelanjutan melalui Penerapan Praktik Bisnis Ramah Lingkungan. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 962–967. <https://doi.org/https://doi.org/10.63822/36w43s24>
- Maimuna, F. F., Roroa, N. A. F., Misrah, M., Oktavianty, O., & Agit, A. (2024). Transformasi Digital dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital. *Simetris: Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial*, 1(1), 187–198.
- Marsela, A. R., & Fitrianna, N. (2025). Pelaksanaan Prinsip Efisiensi Sumber Daya dalam Green Economy oleh UMKM Kuliner dan Dampaknya pada Lingkungan. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 162–173. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v4i2.3818>
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289–299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- Mutiarani, K. D., Mustopa, Y., Darmawan, D., Ghifari A., Azdi, A., Wandu, M., Hermawan, P., Yusuf, I. I. D., Jamaludin, D. A., Jahiri, M., & Fahrurroji. (2026). Penerapan Aplikasi Digital Untuk Peningkatan Kinerja UMKM di Desa Cipocok Jaya. *Jurnal Media Akademik*, 4(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/bbsce938>
- Nugraha, J. A. (2026). Green Economy Dalam Perspektif Syariah : Integrasi Pembangunan Lingkungan Dan Keuangan Islam. *Jurnal Ekonomi Syariaha*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.70143/5efb6947>
- Nurhidayanti, M. (2025). Pengaruh UMKM terhadap Stabilitas Ekonomi di Tengah Krisis Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1), 22–29. <https://ejournal.samudrailmu.com/index.php/jmb/article/view/33%0Ahttps://ejournal.samudrailmu.com/index.php/jmb/article/download/33/41>

- Paendong, M. K. E., Kumaat, A. P., & Raming, P. R. (2022). Pendampingan Penerapan Manajemen Administrasi Usaha, Pemasaran Digital, Dan Pelaporan Keuangan Sederhana Pada UMKM di Kelurahan Karombasan Selatan. *Jurnal Pengabdian Vokasi*, 2(4), 247–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jpv.2022.16474>
- Pentanurbowo, S., & Amin, A. (2025). Dinamika Pertumbuhan UMKM dan Perdagangan Informal dalam Memenuhi Kebutuhan Lokal Serta Lintas Batas: Kendala Akses Modal dan Pasar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(5), 350–359. <https://sociohum.net/index.php/JEBIMAN/article/view/219>
- Prihatanti, V. W., Ahsan, M., & Samsuri, A. (2025). Peran Perbankan Syariah Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi UMKM Berbasis Green Economy: Systematic Literature Review. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(4), 156–165. <https://doi.org/10.29040/jie.v9i4.18433>
- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 134–140. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Raehana, S., & Kalsum, U. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Edukasi Halal dan Pendampingan Pemasaran Berbasis Teknologi. *WAHATUL MUJTAMA': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 234–247. <https://doi.org/10.36701/wahatul.v6i2.2739>
- Tania, L., Maryska, C., & Hadiprayogo, B. (2025). Peningkatan Literasi Digital Bagi Pelaku UMKM Desa Melalui Pelatihan Marketing Online Berbasis Marketplace. *ADAPTASI Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 33–42. <https://journal.stikesharapanbangsajember.ac.id/ojs/index.php/japm/article/view/57>
- Tasdiq, A. A., & Dahliana, Y. (2025). Konsep Halalan Thayyiban Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 168: Analisis Komparatif Tafsir Al-Azhar dan Tafsir Al-Misbah. *Mahad Aly Journal Of Islamic Studies*, 4(2), 304–323. <https://doi.org/10.63398/ae1wsr33>

*** Noor Harini (Corresponding Author)**

Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No.246, Babatan, Tegalondo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
Email: harini@umm.ac.id

Ahmad Wahyudi

Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No.246, Babatan, Tegalondo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
Email: ahmad-wahyudi@umm.ac.id

Devi Dwi Siskawardani

Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No.246, Babatan, Tegalondo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
Email: devi@umm.ac.id
