

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia usaha, persaingan yang semakin ketat mendorong pelaku industri untuk terus berinovasi dan menjaga kepercayaan konsumen. Perubahan pola konsumsi masyarakat, baik di tingkat daerah, nasional maupun global, menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap aspek kehalalan, kebersihan, dan keamanan suatu produk dalam memberikan jaminan secara terpercaya bagi konsumen tertentu baik secara agama maupun suku. Tetapi juga konsumen umum, kini semakin mempertimbangkan aspek etis dan higienis dari produk yang akan dikonsumsi. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk mengintegrasikan standar kualitas yang tidak hanya berfokus pada mutu fisik produk, tetapi juga mencakup aspek kehalalan sebagai nilai tambah dalam strategi pemasaran dan produksi.

Permintaan terhadap produk halal mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim di dunia. Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi perusahaan untuk memperluas pasar dengan memastikan produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Sertifikasi halal menjadi instrumen penting yang dapat menjamin bahwa proses produksi, bahan baku, dan distribusi produk telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Adanya label halal memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen, sekaligus menjadi bentuk tanggung jawab produsen dalam menyediakan produk yang berkualitas.

Penerapan sertifikasi halal tidak hanya berdampak pada peningkatan citra dan kepercayaan pasar, tetapi juga berkontribusi terhadap sistem manajemen mutu perusahaan. Proses sertifikasi mendorong pelaku usaha untuk memperbaiki sistem produksi mereka agar sesuai dengan standar halal yang ditetapkan oleh lembaga berwenang. Standar tersebut mencakup berbagai aspek, mulai dari pemilihan bahan baku, kebersihan peralatan, hingga prosedur penyimpanan dan distribusi. Hal ini berdampak langsung

pada peningkatan kualitas produk secara keseluruhan karena seluruh tahapan produksi diawasi dan dinilai secara objektif.

Dalam konteks global, sertifikasi halal menjadi daya saing yang kuat bagi produk-produk lokal untuk menembus pasar internasional. Negara-negara dengan penduduk mayoritas Muslim seperti Malaysia, Indonesia, Arab Saudi, dan negara-negara Timur Tengah memberikan perhatian besar terhadap kehalalan produk yang mereka impor. Oleh karena itu, perusahaan yang telah menerapkan standar halal memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan akses ke pasar ekspor. Sertifikasi halal bukan hanya simbol agama, tetapi juga telah menjadi standar industri global dalam menjamin integritas dan kualitas produk.

Konsumen masa kini semakin kritis dan selektif dalam memilih produk. Konsumen tidak hanya melihat harga dan rasa, tetapi juga menilai bagaimana produk tersebut diproses dan apakah sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut. Penerapan prinsip halal di dunia usaha mencerminkan komitmen perusahaan terhadap transparansi dan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Konsumen cenderung memberikan kepercayaan lebih kepada produk yang telah tersertifikasi halal karena dianggap telah melalui proses pengujian dan verifikasi yang ketat. Kepercayaan ini menjadi modal penting dalam membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Penerapan sertifikasi halal secara tidak langsung mendorong perusahaan untuk menerapkan prinsip-prinsip *good manufacturing practices* (GMP). Prosedur ini membantu perusahaan menjaga kebersihan, keselamatan, dan kualitas produk dari tahap awal hingga akhir. Dalam praktiknya, proses mendapatkan sertifikat halal melibatkan audit yang detail terhadap seluruh rantai produksi. Ini membuat perusahaan lebih disiplin dalam menerapkan standar kerja yang berkualitas. Penerapan tersebut membawa dampak positif terhadap efisiensi operasional dan menekan potensi kesalahan produksi yang dapat merugikan konsumen maupun produsen.

Menurut Kartika, *et. al* (2020), Halal adalah sebuah kata yang sering kali dikaitkan dengan agama Islam. halal dalam arti umum dapat diartikan sebagai makna dibolehkan, atau diijinkan. Penerimaan dasar dan pemahaman

tentang produk halal oleh masyarakat muslim merupakan sebuah kebutuhan. Dalam konteks produk makanan dan minuman, definisi ini meluas pada proses pemilihan bahan baku, teknik pengolahan, dan alat-alat yang digunakan dalam produksi. Definisi ini menekankan pentingnya integritas dan kehati-hatian dalam setiap tahapan produksi untuk menjamin bahwa produk benar-benar bersih dan layak dikonsumsi oleh semua kalangan.

Sementara itu, Menurut Sumbalatu, *et. al* (2023) Makanan yang halal harus memenuhi tiga syarat. Pertama, halal karena dzatnya, yaitu makanan tersebut memang tidak dilarang oleh hukum syariat. Kedua, halal dalam cara memperolehnya, artinya makanan tersebut harus diperoleh melalui cara yang sesuai dengan hukum syariat. Ketiga, halal dari segi proses atau cara pengolahannya.

Menurut Kotler, *et al.*, (2024:254) Kualitas produk adalah salah satu alat pemosisian utama pemasar. Kualitas memengaruhi kinerja produk atau layanan; dengan demikian, hal ini terkait erat dengan nilai dan kepuasan konsumen. Produk dengan kualitas tinggi cenderung lebih unggul di pasar karena dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen. Dalam konteks produk halal, kualitas juga mencakup aspek kebersihan, keamanan, dan kepatuhan terhadap standar religius yang ditetapkan, sehingga menjadi satu kesatuan yang utuh dalam persepsi konsumen.

Selanjutnya, menurut Menurut F. Tjiptono dalam Aprilia, *et. al* (2021) Kualitas produk adalah segala sesuatu yang mencangkup dan memberikan nilai (*value*) untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan seseorang. Pengertian ini menjelaskan bahwa kualitas produk adalah nilai dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

CV. Werry Group Gunungsitoli merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi roti dan kue dengan fokus pada kualitas dan inovasi produk. Perusahaan ini telah berkomitmen menyediakan berbagai macam produk *bakery* yang segar dan lezat untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal maupun regional. Dengan fasilitas produksi yang memadai dan didukung oleh tenaga kerja terampil, CV. Werry Group Gunungsitoli mampu menghasilkan produk roti dan kue dalam jumlah yang cukup besar sekaligus

menjaga standar mutu yang konsisten. Selain memproduksi roti dan kue tradisional, perusahaan juga terus mengembangkan variasi produk baru sesuai dengan tren dan selera konsumen saat ini. CV. Werry Group Gunungsitoli mengedepankan penggunaan bahan baku pilihan serta proses produksi yang higienis untuk memastikan produk yang dihasilkan tidak hanya enak, tetapi juga aman dikonsumsi. Produk-produknya di distribusikan ke berbagai toko, kafe, dan pasar modern, sehingga menjangkau pelanggan dari berbagai kalangan. Melalui inovasi produk dan pengelolaan produksi yang efektif, CV. Werry Group Gunungsitoli berupaya memperkuat posisi di industri *bakery* dan menjadi salah satu pelaku usaha dalam pasar roti dan kue di kepulauan Nias.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti, ditemukan beberapa fenomena yang menjadi perhatian terkait penerapan sertifikasi halal di CV. Werry Group Gunungsitoli. Produk yang dihasilkan telah memenuhi standar kualitas tertentu, tapi belum tentu semua konsumen merasa yakin terhadap kehalalan produk tersebut. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi dan edukasi yang memadai mengenai sertifikasi halal yang dijalankan oleh perusahaan. Akibatnya, kepercayaan konsumen terhadap produk masih belum optimal terutama di kalangan masyarakat yang sangat memperhatikan aspek kehalalan dalam memilih produk. Kemudian, perusahaan tidak memiliki sumber daya manusia yang memadai serta belum adanya prosedur pemeriksaan bahan, penyimpanan, serta penggunaannya. Fenomena yang ditemukan adalah proses penerapan sertifikasi halal yang belum sepenuhnya terintegrasi dengan sistem pengelolaan mutu produk di perusahaan. Beberapa tahapan produksi masih dilakukan tanpa pengawasan ketat yang berfokus pada aspek kehalalan, sehingga potensi risiko kontaminasi produk dari bahan atau proses yang tidak halal masih ada keraguan. Hal ini menyebabkan kualitas produk secara menyeluruh menjadi kurang konsisten, dan berdampak pada citra perusahaan di mata konsumen dan mitra bisnis. Selanjutnya, di tengah upaya CV. Werry Group Gunungsitoli untuk meningkatkan mutu produk melalui sertifikasi halal, terdapat kendala internal berupa kurangnya pemahaman dan pelatihan bagi karyawan mengenai pentingnya sertifikasi halal serta prosedur

pelaksanaannya. Kondisi ini menyebabkan penerapan standar halal sering kali belum optimal dan belum menjadi budaya kerja yang menyatu dalam aktivitas produksi sehari-hari. Dampaknya, perusahaan belum dapat sepenuhnya memanfaatkan sertifikasi halal sebagai alat strategis dalam meningkatkan kualitas produk dan daya saing di pasar.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik mengangkat judul “Evaluasi Penerapan Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kualitas Produk di CV. Werry Group Gunungsitoli.”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitiannya adalah memfokuskan hanya membahas tentang Penerapan Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kualitas Produk di CV. Werry Group Gunungsitoli.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Evaluasi penerapan sertifikasi halal dilakukan di CV. Werry Group Gunungsitoli?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi CV. Werry Group Gunungsitoli dalam menerapkan sertifikasi halal?
3. Bagaimana strategi yang dapat dilakukan CV. Werry Group Gunungsitoli untuk mengoptimalkan manfaat sertifikasi halal dalam meningkatkan mutu produk?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui evaluasi penerapan sertifikasi halal dilakukan di CV. Werry Group Gunungsitoli.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi CV. Werry Group Gunungsitoli dalam menerapkan sertifikasi halal.

3. Untuk mengetahui strategi yang dapat dilakukan CV. Werry Group Gunungsitoli untuk mengoptimalkan manfaat sertifikasi halal dalam meningkatkan mutu produk.

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini menjadi sarana untuk mengembangkan wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai implementasi sertifikasi halal dalam konteks industri lokal, khususnya pada perusahaan makanan dan minuman seperti CV. Werry Group Gunungsitoli.

2. Bagi Lokasi Penelitian

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan strategis dalam mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas penerapan sertifikasi halal di seluruh lini produksi. Perusahaan dapat memanfaatkan temuan dari penelitian ini sebagai dasar untuk memperbaiki sistem pengawasan mutu, memperkuat kepercayaan konsumen, serta meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional yang semakin peduli terhadap aspek kehalalan.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Penelitian ini memberikan kontribusi akademik dalam memperkaya referensi empiris terkait penerapan sertifikasi halal dalam dunia usaha, khususnya pada sektor industri makanan dan minuman di daerah. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan bahan ajar atau referensi bagi mahasiswa yang tertarik mempelajari topik manajemen kualitas, bisnis halal, dan strategi peningkatan mutu produk.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan studi lanjutan yang lebih luas, baik dengan pendekatan kuantitatif, kualitatif, maupun campuran. Peneliti berikutnya dapat memperluas objek studi pada perusahaan lain yang bergerak di sektor serupa, membandingkan efektivitas penerapan sertifikasi halal antar daerah, atau mengkaji hubungan antara sertifikasi halal dan peningkatan loyalitas konsumen.

.