

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sertifikat Halal

2.1.1 Pengertian Sertifikat Halal

Sertifikat halal adalah suatu pengakuan resmi yang diterbitkan oleh lembaga yang berwenang kepada suatu produk atau jasa yang telah melalui proses pemeriksaan dan dinyatakan memenuhi syariat Islam, terutama dalam hal bahan baku, proses produksi, hingga distribusi. Sertifikat halal tidak hanya menjamin bahwa produk bebas dari bahan-bahan yang haram menurut hukum Islam, tetapi juga menjadi bentuk jaminan mutu dan kebersihan yang dapat diterima secara universal. Dalam konteks global, sertifikasi halal semakin mendapat perhatian karena meningkatnya kesadaran konsumen muslim akan pentingnya kehalalan suatu produk, sekaligus sebagai bentuk tanggung jawab produsen dalam menjamin transparansi dan integritas produknya.

Menurut Keputusan Menteri Agama R.I Nomor 518 Tahun 2001, Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan suatu produk pangan yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Selanjutnya, Menurut Rasyid (2020:150-151) Sertifikat halal adalah surat keterangan yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat atau Provinsi tentang halalnya suatu produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI.

Lebih lanjut, Nusran, Muhammad (2021) Sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu barang yang diproduksi oleh perusahaan telah memenuhi ketentuan halal atau tidak. Kemudian hasil dari kegiatan sertifikasi halal adalah diterbitkannya sertifikat halal apabila

produk yang dimaksudkan telah memenuhi ketentuan sebagai produk halal.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sertifikat halal tidak hanya berfungsi sebagai penanda bahwa suatu produk bebas dari unsur yang dilarang menurut ajaran Islam, tetapi juga mencerminkan komitmen produsen terhadap kualitas, kebersihan, dan keamanan produk. Sertifikasi halal memiliki dimensi keagamaan, legalitas, dan kualitas, yang saling terkait dan berkontribusi dalam membentuk kepercayaan konsumen serta meningkatkan nilai jual suatu produk di pasar yang semakin kompetitif, baik secara lokal maupun global.

2.1.2 Konsep Pangan Halal

Ensiklopedia Islam Indonesia menjelaskan bahwa halal artinya tidak dilarang dan diizinkan melakukan atau memanfaatkannya. Dalil halal dapat diketahui secara tegas dalam AL-Qur'an dan sunnah, dan dapat pula diketahui bahwa tidak ada satu dalilpun yang mengharamkan atau melarangnya. Dengan demikian, segala sesuatu yang kehendak Allah, selama tidak ada larangan darinya-Nya adalah halal dan boleh dimanfaatkan, walaupun tidak tercantum kehalalannya dalam Al-Qur'an dan sunnah. (Tahir & Muslih, 2023).

Halal dalam bahasa Arab artinya dibolehkan dan sesuai dengan syari'at Islam. Pada makanan dan roti halal. Artinya diboleh untuk mengkonsumsinya. Menurut Quraish Shihab dalam *Iltiham*, (2019:13) halal adalah Sesuatu yang bukan haram, di mana haram merupakan perbuatan yang mengakibatkan dosa dan ancaman siksa. Ia mengemukakan lebih lanjut bahwa halal" dalam kedudukannya dan kaitannya dengan panca hukum Islam yaitu wajib, sunnah, mubah, makruh dan haram, maka halal termasuk dalam kategori hukum empat yang pertama yaitu wajib, sunnah, mubah dan makruh yang dalam arti dianjurkan untuk ditinggalkan.

Berdasarkan keterangan Al-Qur'an dan Hadits, kehalalan produk dapat ditinjau dari 3 (tiga) segi, yaitu jenis bahan atau zatnya, cara penyimpanan, dan usaha untuk mendapatkan, bahan makanan yang berasal dari tumbuhan yang akan dijamin kehalalannya, adapun titik kritis keharamannya terletak pada alat dan bahan yang ditambahkan ketika pengolahan dan pengemasannya. Sedangkan untuk bahan yang berasal dari hewan, titik kritisnya adalah cara penyembelihan, alat dan bahan yang digunakan atau ditambahkan ketika pengolahan dan pengemasannya. Selain itu, sebuah produk juga harus memperhatikan transportasi yang digunakan saat pengakutannya dan analisis keharamannya dilakukan pada setiap tahapan proses dengan menilai semua kemungkinan masuknya bahan haram dan Najis. Dari prinsip tersebut, Islam memberikan konsep halalan Thayyiban dalam menetapkan kualitas produk pangan. Konsep ini kemudian dikembangkan menjadi sistem jaminan produk halal (SJPH) oleh lembaga yang berwenang.

2.1.3 Dasar Hukum dan Regulasi Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan bentuk jaminan tertulis bahwa suatu produk telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Dalam konteks Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, kehalalan produk bukan hanya menjadi preferensi konsumen, tetapi telah menjadi kewajiban hukum yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, terutama dalam sektor makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan barang guna tertentu. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia telah menetapkan berbagai regulasi sebagai dasar hukum yang mengatur pelaksanaan sertifikasi halal secara nasional.

Penerapan sertifikasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada masyarakat mengenai kehalalan suatu produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung pertumbuhan industri halal nasional. Regulasi ini juga memperkuat sistem pengawasan terhadap produk yang beredar di pasar agar terhindar dari

bahan-bahan yang haram atau tidak sesuai dengan prinsip *thayyib* (baik dan aman dikonsumsi). Dengan adanya dasar hukum yang kuat, sertifikasi halal tidak hanya menjadi tanggung jawab moral, tetapi juga menjadi kewajiban hukum yang memiliki sanksi apabila dilanggar.

Berikut ini adalah beberapa dasar hukum dan regulasi utama yang mengatur sertifikasi halal di Indonesia:

1. Undang-Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH)

Undang-undang ini merupakan landasan hukum utama yang mengatur tentang penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia. Dalam Pasal 4, disebutkan bahwa "Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal." UU ini juga mengatur pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga pemerintah yang berwenang dalam pengelolaan sertifikasi halal.

2. Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal Peraturan ini merupakan turunan dari UU No. 33 Tahun 2014 dan mengatur lebih lanjut mengenai mekanisme, pelaksanaan, pengawasan, serta sanksi terhadap pelanggaran terkait sertifikasi halal.

3. (Peraturan Menteri Agama (PMA) Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2019) tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.

PMA ini memberikan rincian teknis mengenai prosedur pengajuan sertifikasi halal, jenis produk yang wajib disertifikasi, serta peran lembaga pemeriksa halal (LPH) dan auditor halal.

4. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI)

Sebagai otoritas keagamaan, MUI memiliki peran penting dalam menetapkan kehalalan suatu produk melalui keputusan fatwa. Fatwa MUI menjadi dasar pertimbangan dalam proses verifikasi halal dan penerbitan sertifikat.

Ada beberapa ketentuan yang berubah dari UU Jaminan Produk Halal (JPH) setelah disahkannya undang-undang ini, Amalia, *et. al* (2023:42) yaitu:

- a. Sertifikasi halal bagi pengusaha mikro. UU Cipta Kerja menambah Pasal 4A yang menyatakan sertifikasi halal bagi pelaku UMKM didasarkan pada pernyataan pelaku usaha (self declare) yang sebelumnya dilakukan Proses Produk Halal (PPH). Pelaku UMKM juga tidak perlu membayar sertifikasi halal. Sedangkan, mekanisme PPH ditetapkan berdasarkan mekanisme halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).
- b. Penerbitan sertifikat halal. Sertifikat Halal dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal (mengubah Pasal 1 angka 10 UU JPH). BPJPH dapat melibatkan organisasi masa Islam selain MUI dalam menetapkan fatwa halal suatu produk.
- c. Penetapan kehalalan produk kini tidak lagi menjadi monopoli MUI, tetapi dapat dilakukan oleh MUI dan Ormas Islam yang berbadan hukum (Pasal 33 ayat 1).
- d. Pemangkasan waktu proses sertifikat halal. Jangka waktu verifikasi permohonan sertifikat halal waktu paling lama satu hari kerja yang sebelumnya tidak ada jangka waktunya (Pasal 29).

2.1.4 Lembaga yang Berwenang dalam Sertifikasi Halal

Dalam pelaksanaan sertifikasi halal di Indonesia, terdapat sejumlah lembaga yang memiliki peran penting dan kewenangan resmi sesuai dengan regulasi pemerintah. Lembaga-lembaga ini tidak hanya berfungsi sebagai pengelola administrasi sertifikasi, tetapi juga sebagai pelaksana teknis dalam proses verifikasi dan audit kehalalan produk. Setiap lembaga memiliki fungsi dan tugas masing-masing yang saling terintegrasi untuk menjamin produk yang beredar di masyarakat telah memenuhi standar kehalalan yang berlaku.

Lahirnya Undang Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal 2014 menjadi titik awal

penataan kelembagaan dalam proses sertifikasi halal. Undang-undang ini menegaskan bahwa kewenangan utama dalam penyelenggaraan jaminan produk halal berada di tangan pemerintah melalui lembaga yang dibentuk secara khusus. Sementara itu, lembaga keagamaan dan laboratorium pengujian halal turut berperan dalam memastikan keakuratan hasil pemeriksaan dan pengujian bahan.

Lembaga-lembaga yang berwenang dalam sertifikasi halal di Indonesia antara lain:

1. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)

Merupakan lembaga resmi pemerintah di bawah Kementerian Agama Republik Indonesia yang bertugas menyelenggarakan Jaminan Produk Halal. BPJPH memiliki kewenangan dalam menetapkan regulasi teknis, menerima permohonan sertifikasi halal, menerbitkan sertifikat halal, serta melakukan pembinaan terhadap pelaku usaha.

2. Lembaga Pemeriksa Halal (LPH)

LPH adalah lembaga yang melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk. LPH dapat dibentuk oleh instansi pemerintah, perguruan tinggi, lembaga swasta, atau organisasi keagamaan yang telah mendapatkan akreditasi dari BPJPH. Auditor halal yang bekerja di bawah LPH melakukan audit ke lapangan dan mengumpulkan data terkait bahan, proses produksi, hingga kebersihan alat.

3. Majelis Ulama Indonesia (MUI)

Sebelum hadirnya BPJPH, MUI melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM MUI) merupakan pelaksana utama sertifikasi halal. Saat ini, MUI berperan dalam menetapkan fatwa halal terhadap produk berdasarkan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian yang dilakukan oleh LPH. Fatwa ini menjadi dasar bagi BPJPH untuk menerbitkan sertifikat halal.

2.1.5 Prosedur dan Tahapan Sertifikasi Halal

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), melalui Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021, menjelaskan bahwa proses sertifikasi halal dilakukan secara sistematis dan terstruktur agar dapat menjamin kehalalan produk yang beredar di masyarakat.

Tahapan dalam sertifikasi halal harus dipatuhi oleh pelaku usaha agar memperoleh pengakuan resmi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. menekankan bahwa pemenuhan standar halal tidak cukup hanya dari aspek bahan, tetapi juga mencakup kebersihan alat, proses produksi, dan sistem manajemen halal di perusahaan.

Menurut Lutfika, *et. al* (2023:11-14) prosedur dan tahapan sertifikasi halal yang umumnya diterapkan sesuai pedoman BPJPH:

1. Pendaftaran Sertifikasi Halal

Pelaku usaha mendaftarkan produk yang akan disertifikasi ke BPJPH melalui sistem daring (*online*). Pada tahap ini, dokumen awal seperti identitas usaha, daftar produk, dan bahan baku harus disiapkan.

2. Pemeriksaan Dokumen dan Persyaratan

BPJPH melakukan verifikasi awal terhadap kelengkapan dokumen, termasuk daftar bahan, proses produksi, serta sertifikat bahan tambahan yang digunakan (jika berasal dari luar negeri).

3. Penunjukan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH)

Setelah dokumen dinyatakan lengkap, BPJPH menunjuk LPH untuk melakukan audit halal terhadap perusahaan pemohon. LPH ini bertugas mengevaluasi langsung ke lokasi produksi.

4. Audit Halal di Lokasi Produksi

Tim auditor dari LPH melakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap bahan baku, peralatan, kebersihan, proses produksi, hingga manajemen halal. Jika ditemukan ketidaksesuaian, perusahaan diminta melakukan perbaikan terlebih dahulu.

5. Fatwa Halal oleh MUI

Setelah hasil audit diserahkan ke Komisi Fatwa MUI, mereka akan melakukan sidang untuk menentukan status kehalalan produk. Jika disetujui, produk dinyatakan halal secara syar'i.

6. Penerbitan Sertifikat Halal

Setelah mendapat fatwa halal dari MUI, BPJPH akan menerbitkan sertifikat halal resmi yang berlaku selama 4 tahun, dengan kewajiban perusahaan untuk melakukan pemantauan internal secara berkala.

7. Monitoring dan Re-Sertifikasi

Selama masa berlaku sertifikat, BPJPH dan LPH dapat melakukan monitoring berkala. Setelah masa berlaku habis, pelaku usaha harus mengajukan permohonan sertifikasi ulang.

Sedangkan menurut Rasyid (2020:161-163) Untuk dapat memperoleh Sertifikat Halal MUI tersebut serta dapat mencantumkan label halal yang diperoleh dari MUI, para produsen atau perusahaan harus menempuh berapa langkah, yaitu sebagai berikut:

- a. Produsen mendaftarkan seluruh produk yang diproduksinya dalam satu lokasi dan mendaftarkan seluruh pabrik yang menghasilkan produk dengan merek yang sama. Proses maklon (toll manufacturing), jika ada, hendaknya dilakukan di perusahaan yang sudah bersertifikat halal.
- b. Setiap produsen yang mengajukan permohonan sertifikat halal bagi produksinya, harus mengisi formulir tentang data perusahaan, jenis dan nama produk serta bahan-bahan yang digunakan dengan melampirkan:
 1. Spesifikasi yang menjelaskan asal-usul bahan, komposisi, dan alur proses pembuatannya dan/atau sertifikat halal untuk bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penolong, daftar bahan baku dan matriks produk versus bahan serta bagan alir proses pembuatan produk. Sertifikat halal bagi bahan impor

harus berasal dari institusi penerbitan sertifikat halal yang diakui oleh LPPOM MUI.

2. Sertifikat halal atau surat keterangan halal dari MUI Daerah (produk daerah) atau sertifikat halal dari lembaga Islam yang telah diakui oleh LPPOM MUI (produk impor) untuk bahan yang berasal dari hewan dan produk turubabba serta produk kompleks lainnya.
 3. Dokumen sistem jaminan halal yang diuraikan dalam panduan halal beserta prosedur baku pelaksanaannya.
- c. Tim Auditor LPPOM MUI akan melakukan pemeriksaan audit ke lokasi produsen setelah formulir beserta lampiran-lampirannya dikembalikan ke LPPOM MUI dan diperiksa kelengkapannya.
 - d. Hasil pemeriksaan audit dan hasil laboratorium dievaluasi dalam rapat auditor LPPOM MUI. Jika telah memenuhi persyaratan, maka dibuat laporan hasil audit untuk diajukan kepada sidang komisi fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya.
 - e. Sidang Komisi Fatwa dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan. Sertifikat halal diserahkan oleh LPPOM MUI pada perusahaan setelah ditetapkan oleh LPPOM MUI pada perusahaan setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI dan disetujui oleh MUI.
 - f. Sertifikat halal berlaku selama 2 tahun sejak tanggal diterbitkan dan harus mengikuti prosedur perpanjangan sertifikat halal untuk mendapatkan sertifikat halal baru.
 - g. Produk yang telah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI akan diuraikan dalam bentuk sertifikat lengkap dengan penomoran yang diatur oleh LPPOM MUI.
 - h. Sertifikat Halal produk tersebut ditandatangani oleh Ketua Umum MUI, Ketua Komisi Fatwa MUI, dan diketahui LPPOM MUI.

2.1.6 Prosedur dan Mekanisme Pengeluaran Sertifikat Halal oleh MUI

Menurut Rasyid (2020:161-163) Prosedur dan mekanisme pengeluaran sertifikat halal Majelis Ulama Indonesia secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. MUI memberikan pembekalan pengetahuan kepada para auditor LPPOM MUI tentang benda haram menurut syari'at Islam. Dalam hal ini, benda haram li-zatihi dan haram li-ghairih yang karena cara penanganannya tidak sejalan dengan syari'at Islam. Dengan arti kata, auditor harus mempunyai pengetahuan memadai tentang benda-benda haram tersebut.
- b. Para auditor melakukan penelitian dan audit ke pabrik-pabrik (perusahaan) yang meminta sertifikasi produk halal. Pemeriksaan yang meliputi pemeriksaan secara seksama terhadap bahan-bahan produk, baik bahan baku maupun bahan tambahan (penolong) dan pemeriksaan terhadap bukti-bukti pembelian bahan produk.
- c. Bahan-bahan tersebut kemudian diperiksa di laboratorium, terutama bahan-bahan yang dicurigai sebagai benda haram atau mengandung benda haram (najis) untuk mendapat kepastian.
- d. Pemeriksaan terhadap suatu perusahaan tidak jarang dilakukan lebih dari satu kali, dan tidak jarang pula auditor LPPOM MUI menyarankan bahkan mengharuskan agar mengganti sesuatu bahan yang dicurigai atau diduga mengandung bahan yang haram (najis) dengan bahan yang diyakini kehalalannya atau sudah bersertifikat produk halal dari MUI atau dari lembaga lain yang dipandang berkompeten, jika perusahaan tersebut tetap menginginkan mendapatkan sertifikat produk halal dari MUI.
- e. Hasil pemeriksaan dan audit LPPOM MUI tersebut kemudian dituangkan dalam sebuah berita acara, dan kemudian berita acara tersebut diajukan ke Komisi Fatwa MUI untuk disidangkan.
- f. Dalam sidang Komisi Fatwa, LPPOM MUI menyampaikan dan menjelaskan isi berita acara, dan kemudian dibahas secara teliti dan mendalam oleh sidang Komisi Fatwa MUI.

- g. Suatu produk yang masih mengandung bahan yang diragukan kehalalannya, atau terdapat bukti-bukti pembelian bahan produk yang dipandang tidak transparan oleh Sidang Komisi Fatwa, dikembalikan kepada LPPOM MUI untuk dilakukan penelitian atau auditing ulang ke perusahaan yang bersangkutan.
- h. Produk yang telah diyakini kehalalannya oleh sidang Komisi Fatwa, fatwa halalnya dilakukan oleh sidang Komisi Fatwa kemudian di tandatangani oleh Ketua LPPOM, Ketua Komisi Fatwa dan Ketua Umum MUI Provinsi Sumatera Utara dan hasil sidang Komisi yang berupa fatwa halal kemudian dilaporkan kepada Dewan Pimpinan MUI untuk di-tanfiz-kan dan dikeluarkan Surat Keputusan Fatwa halal dalam bentuk sertifikat produk halal.

2.1.7 Urgensi Sertifikasi Halal dari MUI

Menurut Rasyid (2020:161-163) Secara yuridis, Indonesia sebenarnya cukup produktif dalam membuat perangkat undang-undang atau peraturan yang memberi perlindungan terhadap masyarakat. Saat ini Indonesia telah memiliki ketentuan perundang-undangan yang mengatur dan memberikan perlindungan bagi konsumen. Tepatnya sejak Indonesia membentuk dan menetapkan UU No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan, UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Bahan Tambahan Makanan adalah bahan atau campuran bahan yang secara alami bukan merupakan bagian dari bahan baku pangan tetapi ditambahkan ke dalam pangan untuk mempengaruhi sifat atau bentuk pangan, di antaranya seperti bahan pewarna, pengawet, penyedap rasa, anti gumpal, pemucat dan pengental. Masalah kehalalan produk tidak hanya menjadi tanggung jawab individu dan tokoh agama tetapi juga menjadi tanggung jawab pemerintah Adanya undang-undang dan peraturan pelaksanaan lainnya menunjukkan bahwa Indonesia telah memberikan perlindungan terhadap konsumen. Dibentuknya undang-undang tersebut sebagai hukum positif yang berlaku di Indonesia, sekaligus menegaskan sikap Indonesia untuk mengakui dan melindungi

hak-hak konsumen utamanya konsumen muslim. Namun yang terjadi kemudian, masih banyak pelanggaran dan kasus-kasus produk haram yang merugikan masyarakat.²⁰³ Atas keprihatinan terhadap produk ini, berbagai elemen, akademisi dan lembaga swadaya masyarakat berupaya agar ada suatu kesadaran bersama terhadap pentingnya perlindungan konsumen dari produk haram. Salah satu dari mereka adalah lembaga para ulama yang ada di Indonesia, yakni Majelis Ulama Indonesia.

2.1.8 Indikator Sertifikasi Halal

Menurut Kasnelly, (2019) terdapat beberapa indikator serifikasi halal, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Kehalalannya

Sertifikasi halal adalah tanda bahwa suatu produk telah memenuhi ketentuan sesuai dengan ajaran Islam. Jika suatu produk memiliki sertifikat halal, itu menunjukkan bahwa produk tersebut telah melalui proses pemeriksaan dan telah dijamin oleh pihak yang berwenang bahwa bahan, cara produksi, dan pengolahan sesuai dengan prinsip halal dalam Islam.

2. Kebersihannya

Serifikasi halal mencakup aspek kebersihan dalam proses pemeriksaan untuk mendapatkan sertifikat tersebut, produk atau layanan harus memenuhi standar kebersihan yang ketat sesuai dengan prinsip-prinsip halal dalam islam. Mencakup pemeriksaan antara bahan-bahan halal dan non-halal, dan serta kebersihan dalam proses produksi dan pengelolaan.

3. Kesehatannya

Serifikat halal memberikan jaminan kesehatan dalam proses pemeriksaan produk yang memenuhi standar kebersihan dan kesehatan yang ketat. termasuk pemakaian komposisi produk yang aman dan sehat, serta proses produksi dan pengolahan yang memperhatikan kesehatan konsumen.

4. Jaminan Hukum

Sertifikasi halal memberikan jaminan hukum pada produk atau layanan yang dimana telah diuji sesuai dengan aturan hukum islam dan kepastian bahwa bahan produk tersebut tidak mengandung yang diharamkan dan di produksi serta distribusinya sesuai dengan aturan hukum yang ada.

5. Kepedulian Pemerintah / MUI

Kepedulian Pemerintah dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam melindungi konsumen atas pengaturan dan penerbitan sertifikasi halal serta regulasi dan prosedur proses penerbitan sertifikasi halal berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip islam baik secara audit kepada produsen dalam kepatuhan terhadap standar halal.

2.1.9 Manfaat Sertifikasi Halal bagi Perusahaan

Menurut Santosa *et al.*, (2022), Sertifikasi halal tidak hanya menjadi kewajiban untuk memenuhi regulasi, tetapi juga memberikan berbagai manfaat strategis dan operasional bagi perusahaan. Berdasarkan hasil kajian dari beberapa ahli terbaru, manfaat sertifikasi halal bagi perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:.

1. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Konsumen khususnya di negara dengan populasi muslim yang besar lebih cenderung memilih produk bersertifikat halal karena jaminan keamanannya secara agama dan kesehatan.

2. Memperluas Pasar dan Peluang Bisnis

Sertifikasi halal membuka peluang bagi perusahaan untuk memasuki pasar domestik dan internasional yang sangat mengutamakan kehalalan produk.

3. Meningkatkan Daya Saing Perusahaan

Sertifikasi halal menjadi salah satu faktor diferensiasi produk yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin

kompetitif. Produk halal memberikan nilai tambah yang membuat perusahaan mampu bersaing tidak hanya dari sisi kualitas tetapi juga aspek kehalalan.

4. Menjamin Konsistensi dan Kualitas Produk

Penerapan sertifikasi halal mendorong perusahaan untuk menerapkan sistem manajemen mutu yang ketat dan berkelanjutan. Hal ini membantu menjaga konsistensi kualitas produk sekaligus memastikan tidak adanya kontaminasi bahan atau proses yang bertentangan dengan prinsip halal.

5. Meningkatkan Reputasi dan Citra Perusahaan

Perusahaan yang menerapkan sertifikasi halal dapat memperkuat citra positif di mata konsumen, pemangku kepentingan, dan mitra bisnis. Reputasi yang baik ini akan berdampak pada loyalitas konsumen dan kemudahan dalam menjalin kerja sama bisnis.

Menurut Amalia, et. al (2023:6) Manfaat sertifikat halal adalah untuk mendukung peningkatan ekspor dengan lebih mudah ke negara-negara muslim; memanfaatkan keuntungan kompetitif dari para kompetitor ke pasar baru; menunjukkan kapabilitas dan nilai yang tinggi dalam kerjasama dan keamanan bisnis; memenuhi kebutuhan konsumen muslim; meningkatkan brand perusahaan sebagai proporsi nilai internasional pada industri halal global; sertifikasi produk halal dapat memberikan harga rasional pada barang-barang premium.

2.2 Kualitas Produk

2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merujuk pada kemampuan suatu barang atau jasa untuk memenuhi atau melampaui harapan dan kebutuhan konsumen. Ini mencakup berbagai aspek seperti kinerja, daya tahan, keandalan, dan fitur tambahan yang memberikan nilai tambah bagi pengguna. Produk dengan kualitas tinggi tidak hanya berfungsi sesuai dengan yang dijanjikan, tetapi juga memberikan kepuasan yang berkelanjutan bagi konsumen.

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.

Menurut Daga, (2019:37) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Menurut Pahmi, (2024:4) Kualitas Produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas Produk juga merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini berkuaitas mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Menurut Kotler, *et al.*, (2024:34), Mereka menyatakan bahwa kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Definisi ini menekankan bahwa kualitas produk tidak hanya terkait dengan aspek fisik tetapi juga dengan kepuasan psikologis yang dirasakan oleh konsumen.

Tegowati *et. al.*, (2024:4) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau di implikasikan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah konsep multidimensi yang mencakup berbagai aspek seperti kinerja, keandalan, daya tahan, dan kemampuan produk

dalam memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Pemahaman yang komprehensif tentang kualitas produk sangat penting bagi perusahaan untuk memastikan kepuasan pelanggan, meningkatkan reputasi, dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Dalam hal mutu suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kadang mengalami keragaman. Hal ini disebabkan mutu suatu produk itu dipengaruhi oleh beberapa faktor, dimana faktor-faktor ini dapat menentukan bahwa suatu produk dapat memenuhi standar yang telah ditentukan atau tidak, faktor-faktor tersebut antara lain. Menurut Harjadi & Arraniri, (2021:35) dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

1. Fungsi suatu produk

Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.

2. Wujud luar

Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusannya.

3. Biaya produk bersangkutan

Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

Menurut Pahmi, (2024:7) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk secara langsung dipengaruhi oleh sembilan (9) M yaitu:

1. *Market* (Pasar)

Jumlah produk baru dan baik yang ditawarkan di pasar terus bertumbuh padahal yang eksplosif. Konsumen diarahkan untuk mempercayai bahwa ada sebuah produk yang dapat memenuhi hampir setiap kebutuhan. Pada masa sekarang konsumen meminta dan memperoleh produk yang lebih baik memenuhi ini. Pasar menjadi lebih besar ruang lingkungannya dan secara fungsional lebih terspesialisasi di dalam barang yang ditawarkan. Dengan bertambahnya perusahaan, pasar menjadi bersifat internasional dan

mendunia. Akhirnya bisnis harus lebih fleksibel dan mampu berubah arah dengan cepat.

2. *Money* (Uang)

Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (marjin) laba. Pada waktu yang bersamaan, kebutuhan akan otomatisasi dan pemekanisan mendorong pengeluaran mendorong pengeluaran biaya yang besar untuk proses dan perlengkapan yang baru. Penambahan investasi pabrik, harus dibayar melalui naiknya produktivitas, menimbulkan kerugian yang besar dalam memproduksi disebabkan oleh barang afkir dan pengulang kerjaan yang sangat serius. Kenyataan ini memfokuskan perhatian pada manajer pada bidang biaya kualitas sebagai salah satu dari “titik lunak” tempat biaya operasi dan kerugian dapat diturunkan untuk memperbaiki laba.

3. *Men* (Manusia)

Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru seperti elektronika komputer menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus. Pada waktu yang sama situasi ini menciptakan permintaan akan ahli teknik sistem yang akan mengajak semua bidang spesialisasi untuk bersama merencanakan, menciptakan dan mengoperasikan berbagai sistem yang akan menjamin suatu hasil yang diinginkan.

4. *Motivation* (Motivasi)

Penelitian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa sebagai hadiah tambahan uang, para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini membimbing ke arah kebutuhan yang tidak ada sebelumnya yaitu pendidikan kualitas dan komunikasi yang lebih baik tentang kesadaran kualitas.

5. *Material (Bahan)*

Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dari pada sebelumnya. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.

6. *Machine and Mecanization (Mesin dan Mekanik)*

Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah mendorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut. Kualitas yang baik menjadi faktor yang kritis dalam memelihara waktu kerja mesin agar fasilitasnya dapat digunakan sepenuhnya.

7. *Modern Information Metode (Metode Informasi Modern)*

Evolusi teknologi komputer membuka kemungkinan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi informasi pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya. Teknologi informasi yang baru ini menyediakan cara untuk mengendalikan mesin dan proses selama proses produksi dan mengendalikan produk bahkan setelah produk sampai ke konsumen. Metode pemrosesan data yang baru dan konstan memberikan kemampuan untuk memanajemen informasi yang bermanfaat, akurat, tepat waktu dan bersifat ramalan mendasari keputusan yang membimbing masa depan bisnis.

8. *Mounting Product Requirement (Persyaratan Proses Produksi)*

Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk, memerlukan yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk menekankan pentingnya keamanan dan kehandalan produk. Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk di atas maka dapat disimpulkan bahwa, faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan

pembungkusannya. Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

2.2.3 Pentingnya Kualitas Produk

Tegowati et. al., (2024) Kualitas produk adalah salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Berikut adalah beberapa alasan mengapa kualitas produk sangat penting:

- a. Kepuasan Pelanggan: Pelanggan cenderung kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain jika mereka puas dengan kualitasnya. Produk yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang.
- b. Reputasi Bisnis: Kualitas produk yang baik membangun reputasi bisnis yang positif. Reputasi yang baik dapat membantu bisnis untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kepercayaan dari masyarakat.
- c. Daya Saing: Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, produk yang berkualitas tinggi dapat menjadi keunggulan kompetitif. Bisnis yang menawarkan produk berkualitas tinggi cenderung lebih unggul dalam persaingan pasar.
- d. Efisiensi Operasional: Produk yang berkualitas rendah sering kali membutuhkan lebih banyak perbaikan, pemeliharaan, dan penggantian. Ini dapat mengakibatkan biaya tambahan dan kerugian waktu bagi bisnis. Sebaliknya, produk berkualitas tinggi cenderung membutuhkan sedikit pemeliharaan dan penggantian, sehingga meningkatkan efisiensi operasional.
- e. Keselamatan Konsumen: Kualitas produk yang buruk dapat mengancam keselamatan dan kesehatan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi cenderung memenuhi standar keselamatan yang ditetapkan, sehingga melindungi konsumen dari risiko cedera atau bahaya.

- f. Inovasi Produk: Fokus pada kualitas produk mendorong inovasi dan pengembangan produk yang lebih baik. Perusahaan yang berorientasi pada kualitas selalu mencari cara untuk meningkatkan produk mereka, yang pada gilirannya dapat menghasilkan produk baru dan lebih baik.

2.2.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Tegowati *et. al.*,(2024) Kualitas produk dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks, termasuk:

- a. Bahan Baku: Kualitas bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk sangat mempengaruhi hasil akhirnya. Bahan baku yang berkualitas baik cenderung menghasilkan produk yang lebih baik.
- b. Proses Produksi: Proses produksi yang efisien dan terstruktur dengan baik dapat meningkatkan kualitas produk. Setiap langkah dalam proses produksi harus dikelola dengan hati-hati untuk menghasilkan produk yang konsisten dan berkualitas.
- c. Teknologi: Penggunaan teknologi yang tepat dalam proses produksi dapat meningkatkan kualitas produk. Mesin dan peralatan modern dapat membantu dalam meningkatkan presisi dan efisiensi produksi.
- d. Tenaga Kerja: Keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja memiliki dampak besar terhadap kualitas produk. Pelatihan yang baik dan pemahaman tentang standar kualitas dapat membantu dalam memastikan produk yang berkualitas.
- e. Desain Produk: Desain produk yang baik mempertimbangkan tidak hanya aspek estetika tetapi juga fungsionalitas, keamanan, dan kenyamanan pengguna. Desain yang baik dapat meningkatkan persepsi kualitas oleh konsumen.
- f. Pengendalian Kualitas: Sistem pengendalian kualitas yang kuat dan terintegrasi dalam seluruh rantai pasokan dapat membantu dalam

mendeteksi dan mencegah cacat produk sejak awal proses produksi hingga produk akhir.

- g. Umpan Balik Pelanggan: Umpan balik dari pelanggan dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana meningkatkan kualitas produk. Memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan dapat membantu dalam menghasilkan produk yang lebih baik.
- h. Lingkungan: Faktor lingkungan, seperti kelembaban, suhu, dan kebersihan lingkungan produksi, juga dapat memengaruhi kualitas produk. Menjaga lingkungan produksi yang bersih dan terkontrol dapat membantu dalam mencegah kontaminasi dan kerusakan produk.

2.2.5 Dimensi Kualitas Produk

Kualitas suatu produk baik berupa barang maupun jasa perlu ditentukan dimensi-dimensinya. Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Menurut Pahmi, (2024:5-6), dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

2. Keragaman Produk (*Features*)

Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.

3. Keandalan (*Reliability*)

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk.

4. Kesesuaian (*Conformance*)

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu produk adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain.

5. Ketahanan atau Daya Tahan (*Durability*)

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

6. Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memerhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan, pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya.

7. Estetika (*Aesthetics*)

Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu

produk, rasa maupun bau. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama dan negara produsen.

2.2.6 Indikator Kualitas Produk

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Firmansyah, (2019:16-17), Kualitas produk terdiri dari beberapa indikator, yaitu:

1. *Performance* (kinerja)

berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk

2. *Durability* (daya tahan),

yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.

3. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

4. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

5. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, misalnya: bentuk fisik, model, desain yang artistik, dan sebagainya.
6. *Perceived quality* (kesan kualitas)
sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu (juga sering disebut sebagai *literature review* atau tinjauan pustaka) merujuk pada studi-studi atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Penelitian ini berfungsi sebagai dasar atau landasan teoritis yang memberikan konteks terhadap penelitian yang sedang dilakukan.

Menurut Creswell, (2018), penelitian terdahulu adalah rangkuman dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dalam bidang yang sama atau serupa. Tujuan utama dari mengkaji penelitian terdahulu adalah untuk memahami apa yang telah diketahui dan apa yang belum diketahui dalam suatu bidang, serta untuk mengidentifikasi celah atau kesempatan bagi penelitian lebih lanjut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

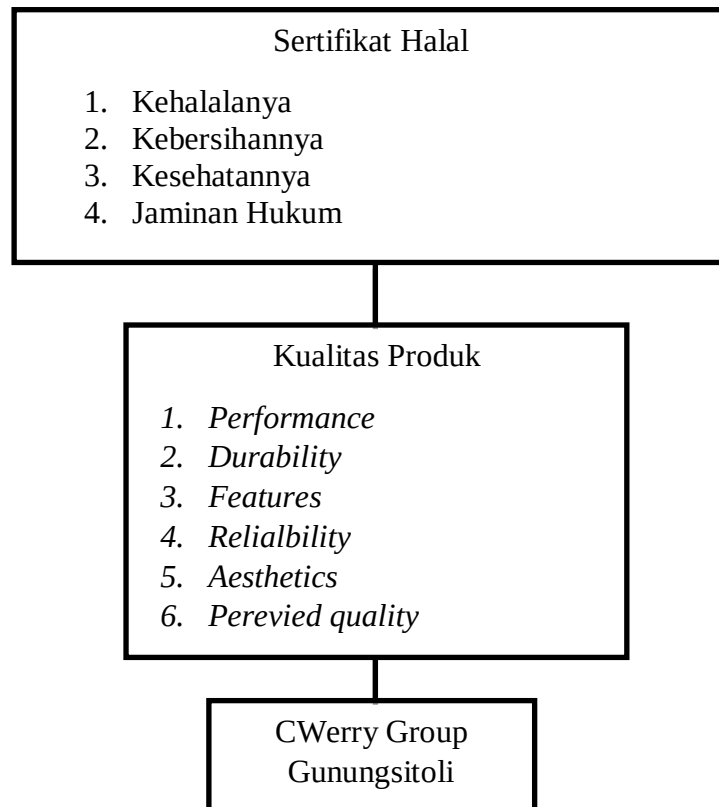
No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Prapto et al., 2023)	Sertifikasi Halal dan Pembaruan Label Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produk UMKM Gethuk Crispy Bu Nurul Desa Nongkodono	Kualitatif	Hasilnya menunjukkan bahwa sertifikasi halal telah membantu UMKM "Gethuk Crispy Bu Nurul" menarik pelanggan Muslim yang lebih banyak, sementara pembaruan label telah memberikan informasi yang lebih jelas tentang produk dan meningkatkan daya tariknya secara keseluruhan. Kombinasi sertifikasi halal dan pembaruan label telah berhasil meningkatkan kualitas produk dan pertumbuhan bisnis UMKM ini. Penelitian ini memberikan wawasan berharga

				bagi UMKM lain yang ingin meningkatkan kualitas produk mereka melalui sertifikasi halal dan pembaruan label, serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya adaptasi terhadap kebutuhan dan
2.	(Maulana, 2024)	Analisis Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Waroeng Ayam Jawa	Kualitatif	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwasannya sertifikasi halal berperan signifikan terhadap pendapatan UMKM Waroeng Ayam Jawa. Manfaat dari adanya penerapan sertifikasi halal yaitu untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk serta untuk meningkatkan pendapatan omset penjualan.
3.	(Habibah, et, al, 2024)	Strategi Peningkatan Kualitas Produk UMKM melalui Sertifikasi Halal di Desa Neglasari: Peran Pendampingan	Kualitatif	Hasilnya menunjukkan eserta sangat antusias mengikuti rangkaian kegiatan tersebut. Melalui seminar ekonomi syariah ini diharapkan masyarakat di Desa Neglasari Kecamatan Pamarian Kabupaten Ciamis memahami manfaat sertifikasi halal dan proses produksi yang dibuat sesuai standar halal, sehingga mampu meningkatkan penjualan dari peningkatan nilai produk yang pada akhirnya dapat meningkatkan pula kepercayaan para konsumen terhadap produk yang dihasilkan
4.	(Donna et al., 2024)	Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Halal Terhadap Perkembangan UMKM Di Bangkalan	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sertifikat Halal tidak selalu berdampak pada omzet penjualan dan laba. Sertifikat Halal tidak langsung berdampak pada peningkatan omzet penjualan dan laba, tetapi melalui peningkatan kepercayaan diri produsen dalam memasarkan dan kepercayaan dan penerimaan konsumen sehingga terjadi peningkatan segmen pasar dan jumlah pelanggan. Peningkatan kualitas produk di luar Sertifikat Halal (kualitas produk, kualitas kemasan dan legalitas lainnya) dan strategi pemasaran (analisis pasar, merek dagang, pengemasan, pembuatan konten pemasaran dan penggunaan media pemasaran yang sesuai) sangat diperlukan agar Sertifikat Halal berdampak pada peningkatan omzet penjualan dan laba

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

2.4 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono, (2020:68), kerangka berpikir adalah sebuah gambaran konseptual yang menyajikan hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya dalam bentuk diagram atau uraian, yang menggambarkan jalannya proses penelitian.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Penerapan sertifikat halal di CV. Werry Group Gunungsitoli menjadi strategi penting dalam menjamin kualitas produk yang dihasilkan, khususnya pada kategori makanan dan minuman. Sertifikat halal tidak hanya menjadi bentuk kepatuhan terhadap ketentuan agama, tetapi juga memperkuat *performance* atau kinerja produk. Dengan sertifikasi halal, seluruh tahapan produksimulai dari pemilihan bahan baku hingga distribusi akhirharus melalui proses yang higienis dan terkendali. Hal ini berdampak langsung pada kualitas kinerja produk, di mana produk yang dihasilkan lebih bersih, aman dikonsumsi, serta memenuhi standar mutu yang konsisten.

Selanjutnya, dari sisi *durability* atau ketahanan produk, penerapan sistem produksi berbasis halal mendorong perusahaan untuk memastikan penggunaan bahan yang tidak hanya halal, tetapi juga berkualitas tinggi dan stabil secara kimiawi maupun biologis. Hal ini berkontribusi terhadap daya tahan produk, baik dalam hal masa simpan maupun kestabilan rasa dan tekstur. CV. Werry Group diharuskan menjaga standar penyimpanan, pengemasan, dan distribusi yang sesuai, agar produk tidak mudah rusak sebelum sampai ke tangan konsumen.

Dimensi *features* atau fitur produk juga terdampak secara positif. Dalam konteks produk makanan dan minuman, fitur dapat berupa informasi label halal, kandungan gizi, dan komposisi bahan. Sertifikat halal mendorong CV. Werry Group untuk memberikan transparansi lebih tinggi terhadap konsumen melalui label yang informatif dan jujur. Ini sekaligus menjadi bentuk edukasi kepada konsumen bahwa produk yang mereka konsumsi telah melalui pengawasan ketat sesuai prinsip syariat dan standar mutu.

Kemudian, dari sisi *reliability* atau keandalan, sertifikasi halal menuntut perusahaan untuk memelihara konsistensi dalam setiap produksi. Hal ini berarti bahwa produk yang diproduksi pada periode yang berbeda harus tetap memiliki kualitas yang sama—baik dari segi rasa, aroma, maupun tekstur. CV. Werry Group dituntut memiliki sistem kontrol kualitas internal yang kuat agar keandalan produk tetap terjaga dan kepercayaan konsumen tidak menurun akibat ketidakkonsistenan.

Terakhir, penerapan sertifikasi halal juga memperkuat aspek *aesthetics* dan *perceived quality*. *Aesthetics* mencakup tampilan produk, kemasan, dan daya tarik visual yang semakin diperhatikan karena menjadi bagian dari penilaian konsumen. Sementara itu, *perceived quality* atau persepsi kualitas dibentuk dari citra halal itu sendiri, di mana konsumen menilai bahwa produk bersertifikat halal lebih terpercaya, higienis, dan profesional. Hal ini menjadi nilai tambah tersendiri bagi CV. Werry Group Gunungsitoli dalam membangun loyalitas dan memperluas pangsa pasar, khususnya di kalangan konsumen muslim yang semakin kritis terhadap pilihan konsumsi mereka.

Dengan demikian, kerangka berpikir ini menegaskan bahwa sertifikat halal bukan sekadar simbol keagamaan, tetapi juga instrumen strategis untuk meningkatkan enam dimensi utama kualitas produk secara menyeluruh di CV. Werry Group Gunungsitoli.