

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Perusahaan**

CV. Werry Grup didirikan pada tanggal 17 Desember 2001 di Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara, sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat akan produk roti dan kue yang berkualitas, higienis, dan terjangkau. Usaha ini dimulai secara kecil-kecilan pada awal tahun 2001 oleh seorang pengusaha lokal bernama Yuslian Harefa, S.KM yang berlokasi di Desa Lolofaoso Kecamatan Gunungsitoli Selatan. yang memiliki latar belakang dan pengalaman dalam dunia kuliner, khususnya pembuatan roti dan kue.

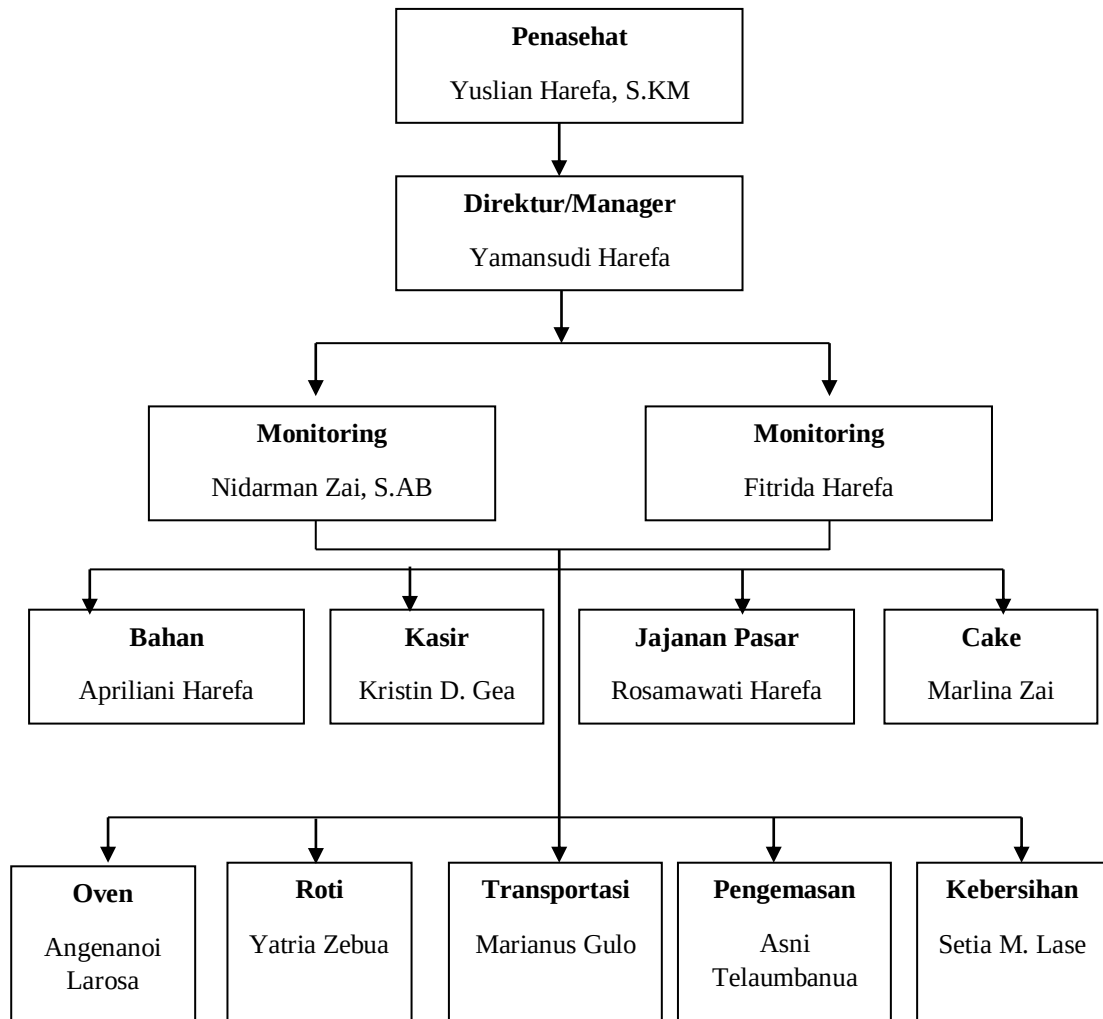
Berawal dari dapur rumah tangga dengan produksi terbatas, Werry Bakery perlahan tumbuh menjadi salah satu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang dikenal luas di wilayah Nias. Dengan mengandalkan resep khas, bahan baku berkualitas, dan pelayanan yang ramah, CV. Werry Grup berhasil menarik hati konsumen setempat.

Seiring meningkatnya permintaan pasar, pada tahun 2002, usaha ini resmi berbadan hukum dengan nama CV. Werry Grup , dan membuka toko serta pabrik roti sendiri di pusat kota Gunungsitoli. Produk-produknya kini mencakup berbagai jenis roti manis, roti tawar, kue ulang tahun, kue kering, serta camilan tradisional, yang di distribusikan ke berbagai toko dan minimarket di wilayah Kepulauan Nias. Di tahun 2010 CV. Werry Grup telah mendapatkan sertifikat halal dengan masa berlaku sampai 2026. Pada tahun 2019 CV. Werry Grup membuka cabang baru yang beralamat di Jalan Yos Sudarso arah pelabuhan angin, kedua toko ini masih aktif sampai sekarang

CV. Werry Bakery terus berkomitmen untuk menjaga mutu dan inovasi produk, serta memberdayakan tenaga kerja lokal demi mendukung perekonomian daerah. Dengan semangat kewirausahaan

dan pelayanan prima, CV. Werry Grup siap menjadi bagian dari setiap momen istimewa masyarakat Nias.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi CV. Werry Bakery



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Wery Bakery

#### 4.1.3 Visi dan Misi CV. Werry Bakery

a. Visi:

Memiliki usaha yang menciptakan produk yang berkualitas tinggi, unggul dari segi cita rasa, serta memperdayakan hasil bumi, dan menjadi saluran berkat bagi sesama.

b. Misi:

1. Menggunakan bahan-bahan bermutu, berkualitas tinggi, serta menggunakan bahan halal dan bersertifikat halal.

2. Meningkatkan kualitas karyawan dan karyawan melalui pelatihan rutin.
3. Bekerjasama dengan pengusaha lainnya untuk memperoleh bahan bermutu.
4. Mengikuti perkembangan mesin dan alat-alat penunjang usaha.
5. Meningkatkan potensi pangan lokal agar semakin dikenal masyarakat dalam dan luar negeri.
6. Menjaga kualitas dan terus berinovasi.
7. Bekerjasama dengan instansi terkait dalam hal pengawasan internal dan eksternal.

#### 4.2 Karakteristik Informan Penelitian

Pada uraian ini peneliti mengemukakan data penelitian yang merupakan data hasil yang diperoleh peneliti di lokasi penelitian, yaitu: CV. Werry Group Gunungsitoli, khususnya menjelaskan dan Evaluasi Penerapan Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kualitas Produk. Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti sendiri kepada manager dan karyawan CV. Werry Group Gunungsitoli. Sebagai narasumber dalam mengadakan observasi secara langsung pada lokasi penelitian guna memperoleh data secara langsung yang berhubungan dengan masalah penelitian. Peneliti akan menguraikan pembahasan secara teoritis maupun secara langsung pada objek penelitian. Dalam penelitian ini narasumber berjumlah 9 orang yaitu: manager dan karyawan CV. Werry Group Gunungsitoli. Yang disajikan peneliti pada tabel berikut:

**Tabel 4.1 Identitas Informan Karyawan CV. Werry Bakery Group**

| No | Nama                                 | Jabatan                                 | Deskripsi                                                                                                                               |
|----|--------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Yakinsudi Harefa<br>(Informan Kunci) | Manager CV. Werry<br>Group Gunungsitoli | Memiliki kedudukan penting atau posisi strategis yang memungkinkan mereka memberikan informasi yang mendalam tentang masalah penelitian |

|    |                                              |                                                |                                                                                                                                   |
|----|----------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | Fitri Afrida<br>(Informan Utama)             | Monitoring<br>CV. Werry Group<br>Gunungsioli   | Untuk melengkapi<br>informasi dari informan<br>utama atau untuk<br>memberikan perspektif<br>berbeda tentang masalah<br>penelitian |
| 3. | Kristin D. Harefa<br>(Informan<br>Pendukung) | Kasir CV Werry Group<br>Gunungsioli            | Memberikan perspektif<br>yang berbeda tentang<br>masalah penelitian                                                               |
| 4. | Apriliani Harefa<br>(Informan<br>Pendukung)  | Bagian Bahan<br>CV. Werry Group<br>Gunungsioli | Memberikan faktor-faktor<br>yang kurang terlihat                                                                                  |
| 5. | Angenanoi Larosa<br>(Informan<br>Pendukung)  | Bagian Oven<br>CV Werry Group<br>Gunungsioli   | Memberikan konteks dan<br>penjelasan tambahan<br>tentang fenomena<br>penelitian                                                   |
| 6. | Intan Hia<br>(Informan<br>Pendukung)         | Pelanggan                                      | Membantu peneliti untuk<br>menarik kesimpulan yang<br>lebih valid                                                                 |
| 7. | Putra Zagoto<br>(Informan<br>Pendukung)      | Pelanggan                                      | Membantu peneliti untuk<br>memberikan pernyataan-<br>pernyataan terkait<br>pertanyaan peneliti                                    |
| 8. | Siska<br>(Informan<br>Pendukung)             | Pelanggan                                      | Membantu peneliti untuk<br>menarik kesimpulan yang<br>lebih valid                                                                 |
| 9. | Mawar<br>(Informan<br>Pendukung)             | Pelanggan                                      | Membantu peneliti untuk<br>memberikan pernyataan-<br>pernyataan terkait<br>pertanyaan peneliti                                    |

Sumber: Dokumen CV. Werry Group Gunungsioli, 2025

### 4.3 Analisis Hasil Penelitian

Teknik dalam melakukan penelitian, antara lain:

a. Wawancara (*Interview*),

Merupakan: teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Peneliti telah melakukan wawancara kepada sumber data, disertai dengan bukti foto, dan hasil wawancara. dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait tentang kinerja, pemanfaatan teknologi, dan pelayanan.

b. Dokumentasi

Merupakan: metode pengumpulan data yang disertai dengan bukti foto-foto, untuk melengkapi data hasil wawancara dan hasil pengamatan atau observasi. Peneliti telah mengambil dokumentasi dari sumber data,

sebagai bukti bahwa peneliti sudah terjun langsung kelapangan untuk melakukan wawancara.

c. Observasi

Merupakan: Aktivitas pengamatan mengenai suatu objek tertentu secara cermat secara langsung dilokasi penelitian tersebut. Peneliti telah melakukan pengamatan tentang fenomena yang terjadi di lokasi penelitian.

#### **4.3.1 Kehalalannya**

Produk-produk CV. Werry Group Gunungsitoli telah mendapatkan sertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), yang memberikan jaminan kehalalan kepada konsumen. Para informan menyatakan bahwa mereka mengetahui keberadaan label halal ini baik dari kemasan maupun media sosial perusahaan. Hal ini menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memilih produk, terutama bagi konsumen muslim yang sangat memperhatikan aspek kehalalan.

Selain itu, pihak CV. Werry Group Gunungsitoli juga telah menetapkan prosedur yang ketat dalam pemilihan bahan baku. Bahan-bahan yang digunakan harus berasal dari pemasok yang telah terverifikasi kehalalannya, dan setiap bahan dicatat asal-usulnya. Meskipun belum seluruh karyawan mengikuti pelatihan halal secara langsung, informasi tentang pentingnya kehalalan disampaikan secara rutin dalam briefing harian.

Namun, tantangan masih ada, terutama dalam aspek audit internal yang menyeluruh terhadap setiap bahan yang digunakan. Beberapa karyawan menyampaikan bahwa edukasi tentang halal lebih banyak disampaikan secara lisan oleh atasan, bukan melalui pelatihan resmi.

Meski begitu, adanya sertifikat halal memberikan rasa aman bagi konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi produk. Hal ini membuktikan bahwa CV. Werry Group Gunungsitoli telah serius dalam menerapkan prinsip-prinsip halal.

Konsumen juga menganggap label halal sebagai salah satu indikator penting dari kualitas produk. Mereka merasa lebih percaya diri untuk membeli produk yang memiliki jaminan kehalalan dari lembaga resmi. Secara keseluruhan, aspek kehalalan telah diintegrasikan dengan baik ke dalam sistem produksi CV. Werry Group Gunungsitoli dan menjadi nilai tambah yang signifikan dalam membangun kepercayaan konsumen.

#### **4.3.2 Kebersihannya**

Kebersihan menjadi bagian integral dari proses produksi di CV. Werry Group. Karyawan diwajibkan menggunakan perlengkapan kerja yang bersih seperti sarung tangan, masker, dan celemek. Area produksi dijaga kebersihannya dengan sistem pengecekan harian oleh supervisor atau tim QC. Penerapan kebersihan ini juga didukung oleh prosedur penyimpanan bahan yang tertata rapi. Bahan kering dan basah disimpan terpisah dalam ruang yang bersih, dengan kontrol suhu yang sesuai agar tidak rusak atau terkontaminasi.

Meski beberapa informan menyatakan belum pernah mengikuti pelatihan formal tentang kebersihan, edukasi internal tetap berjalan melalui pengarahan dari manajemen. Mereka mendapatkan informasi mengenai standar kebersihan dan cara menjaga sanitasi dalam proses kerja. Pengawasan yang rutin dilakukan menjadikan kebersihan sebagai budaya kerja. Semua karyawan paham bahwa kebersihan sangat berpengaruh terhadap mutu produk. Dari sisi konsumen, produk dinilai bersih dan dikemas secara profesional. Tidak ditemukan keluhan tentang produk yang rusak, terbuka, atau berbau tidak sedap.

Kemasan yang tertutup rapat dan higienis turut meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk. Dengan standar kebersihan yang tinggi dan pengawasan yang ketat, CV. Werry Group Gunungsitoli menunjukkan komitmen dalam menjaga kualitas produknya.

#### **4.3.3 Kesehatannya**

Aspek kesehatan juga menjadi perhatian utama dalam proses produksi di CV. Werry Group Gunungsitoli. Pemilihan bahan baku berkualitas, proses produksi yang higienis, dan tidak digunakannya pengawet berbahaya menjadi jaminan bagi konsumen bahwa produk ini aman dikonsumsi.

Para karyawan memahami bahwa setiap tahap produksi harus mematuhi standar keamanan pangan. Bahkan tanpa pelatihan formal, pengarahan manajemen mengenai praktik sehat dalam produksi cukup membantu mereka menjalankan proses dengan hati-hati.

Produk yang dihasilkan seperti roti dan kue dinilai oleh konsumen tidak menyebabkan gangguan kesehatan dan tetap segar meskipun disimpan selama beberapa hari. Hal ini menjadi indikasi bahwa bahan-bahan yang digunakan tidak berbahaya.

Penyimpanan bahan baku juga dilakukan dengan memperhatikan standar kesehatan. Bahan sensitif disimpan dalam lemari pendingin dan dipisahkan berdasarkan jenisnya untuk mencegah kontaminasi silang. Konsumen merasa aman dan nyaman mengonsumsi produk karena tidak menimbulkan efek samping atau keraguan. Mereka percaya bahwa CV. Werry Group Gunungsitoli memproduksi barang dengan memperhatikan aspek kesehatan secara serius. Label informasi pada kemasan juga dinilai jelas dan membantu dalam memastikan produk aman untuk dikonsumsi. Sehingga, kepercayaan konsumen terhadap kesehatan produk CV. Werry Group Gunungsitoli cukup tinggi dan konsisten.

#### **4.3.4 Jaminan Hukum**

Sertifikasi halal yang dimiliki CV. Werry Group Gunungsitoli merupakan jaminan hukum bahwa produk telah melalui proses verifikasi oleh lembaga yang berwenang. Hal ini memberikan kepastian hukum kepada konsumen bahwa produk yang mereka beli aman dan legal.

Karyawan juga menyatakan bahwa mereka mengetahui status hukum produk dari informasi yang disampaikan oleh manajemen dan dari dokumentasi yang dipajang di ruang produksi.

Perusahaan menerapkan standar yang sesuai dengan regulasi pemerintah, baik dalam pemilihan bahan, proses produksi, maupun distribusi produk. Meskipun belum seluruh karyawan mendapatkan pelatihan formal terkait regulasi halal dan kesehatan, prosedur kerja yang ditetapkan telah mengacu pada ketentuan hukum yang berlaku.

Kehadiran sertifikat halal yang diumumkan secara terbuka menciptakan transparansi dalam operasional perusahaan.

Bagi konsumen, hal ini menjadi faktor pendukung kepercayaan karena mereka yakin produk telah lolos pengujian sesuai standar hukum. CV. Werry Group Gunungsitoli telah menunjukkan kepatuhan terhadap regulasi dan memberikan jaminan hukum yang kuat atas produknya.

#### **4.3.5 Performance (Kinerja)**

Produk dari CV. Werry Group dinilai memiliki kinerja yang baik oleh pelanggan. Roti dan kue yang dihasilkan memiliki rasa yang konsisten, tekstur yang lembut, dan tidak mudah hancur.

Karyawan juga mengakui bahwa proses produksi dilakukan dengan teliti, sesuai dengan takaran dan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan. Umpan balik dari pelanggan menjadi bahan evaluasi rutin bagi perusahaan untuk meningkatkan performa produk. Masukan dari kasir dan staf penjualan juga turut dipertimbangkan.

Tim berperan aktif dalam memastikan kualitas produk selama proses produksi, mulai dari bahan baku hingga produk jadi.

Menurut konsumen, kinerja produk tidak pernah mengecewakan. Baik dari segi rasa, keawetan, maupun penampilan, semuanya memenuhi ekspektasi. Hal ini menjadi kekuatan utama CV. Werry Group Gunungsitoli dalam mempertahankan pelanggan tetap dan menjangkau konsumen baru.



Dengan kinerja yang konsisten, produk ini dipercaya untuk berbagai keperluan, termasuk oleh-oleh atau konsumsi harian.

#### **4.3.6 *Durability* (Daya Tahan)**

Produk dari CV. Werry Group Gunungsitoli menunjukkan ketahanan yang baik menurut informan pendukung seperti karyawan dan pelanggan. Mayoritas responden menyatakan bahwa roti dan kue yang mereka beli tidak cepat basi dan tetap enak meski disimpan selama beberapa hari. Hal ini menunjukkan bahwa proses produksi dan penyimpanan dilakukan dengan standar kebersihan serta kualitas bahan yang baik.

Dari sisi internal, karyawan menyatakan bahwa bahan baku yang digunakan merupakan bahan segar, serta area penyimpanan dijaga dalam kondisi optimal, seperti penggunaan freezer untuk bahan mudah rusak. Pemisahan bahan juga dilakukan dengan rapi agar tidak tercampur atau terkontaminasi. Semua ini memperkuat daya tahan produk secara alami tanpa bergantung pada bahan pengawet berlebih.

Supervisor berperan penting dalam menjaga daya tahan produk. Supervisor melakukan pemeriksaan rutin terhadap bahan dan produk akhir sebelum distribusi. Hal ini menunjukkan adanya sistem pengawasan ketat dalam menjaga kualitas dan ketahanan produk yang sampai ke tangan konsumen.

Di sisi pelanggan, tidak sedikit yang menyebut bahwa mereka melakukan pembelian ulang karena produk tetap enak walau tidak langsung dikonsumsi. Mereka bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Ini menandakan daya tahan produk bukan hanya dalam aspek fisik, tapi juga dalam persepsi dan kepuasan pelanggan. Label halal dan praktik kebersihan yang baik juga memberikan nilai tambah. Banyak pelanggan menyatakan merasa aman mengonsumsi produk karena mereka percaya kualitas bahan bakunya, yang pada akhirnya berdampak positif pada ketahanan produk. Sehingga, durabilitas produk CV. Werry Group Gunungsitoli bukan hanya berasal dari komponen bahan dan

penyimpanan, tetapi juga dari manajemen produksi yang terstruktur dan sistem pengawasan yang disiplin. Faktor-faktor ini membuat daya tahan menjadi keunggulan kompetitif yang dirasakan oleh pelanggan.

Ke depan, dengan penguatan sistem audit bahan baku dan pelatihan rutin bagi karyawan, daya tahan produk bisa terus ditingkatkan sebagai bagian dari strategi mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen.

#### **4.3.7 Features (Fitur-fitur)**

Fitur produk dari CV. Werry Group tidak hanya berfokus pada rasa dan tekstur, tetapi juga pada kemudahan konsumsi, kemasan, dan ketahanan. Pelanggan mengungkapkan bahwa roti dan kue yang diproduksi memiliki rasa yang konsisten dan tekstur yang lembut, membuat produk ini unggul dibandingkan kompetitor.

Fitur lain yang menjadi sorotan adalah desain kemasan yang mencerminkan nilai lokal dan estetika modern. Beberapa pelanggan menyebut kemasan cocok dijadikan oleh-oleh karena tampilannya yang menarik dan profesional. Hal ini menunjukkan bahwa fitur visual juga menjadi perhatian perusahaan.

Informan internal seperti kasir dan staf produksi juga menekankan bahwa produk dirancang agar praktis, mudah dibawa, dan dikonsumsi dalam berbagai situasi. Bentuk dan ukuran produk disesuaikan dengan kebutuhan pasar, termasuk varian ukuran yang memudahkan konsumen dalam memilih.

Fitur halal juga dianggap sebagai nilai tambah yang penting. Konsumen muslim merasa lebih percaya diri dalam mengonsumsi produk karena ada jaminan kehalalan yang jelas. Ini memperkuat persepsi bahwa fitur produk tidak hanya menyangkut bentuk fisik tetapi juga nilai-nilai spiritual dan etis.

Pihak manajemen juga terus mengevaluasi fitur produk melalui masukan pelanggan. Misalnya, jika ada keluhan atau saran mengenai kemasan atau rasa, perusahaan segera melakukan penyesuaian. Ini menunjukkan adanya adaptasi fitur sesuai kebutuhan konsumen. Fitur-

fitur ini secara keseluruhan membentuk identitas produk yang tidak hanya unggul dalam kualitas rasa tetapi juga memiliki diferensiasi visual dan nilai tambah yang relevan bagi konsumen. Strategi pengembangan fitur yang berkelanjutan, CV. Werry Group berpotensi memperkuat posisinya sebagai produsen makanan yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

#### **4.3.8 Reliability (Keandalan)**

Keandalan produk dari CV. Werry Group Gunungsitoli diakui oleh informan pendukung melalui konsistensi mutu dan performa produk yang dirasakan langsung oleh pelanggan. Produk dinilai dapat diandalkan karena selalu memenuhi ekspektasi dari segi rasa, tekstur, hingga tampilan kemasan yang tidak berubah-ubah.

Dari sisi internal, staf produksi menyatakan bahwa proses pengawasan dilakukan secara menyeluruh, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pengemasan akhir. Hal ini memastikan bahwa produk yang sampai ke konsumen tetap dalam standar kualitas yang telah ditetapkan. Sistem *quality control* (QC) yang diterapkan setiap hari, menjadi fondasi penting dalam menjaga keandalan produk. Tim QC bertugas memeriksa bahan, proses, dan hasil akhir agar tidak terjadi deviasi dari standar yang berlaku. Ini merupakan bukti komitmen perusahaan dalam menghadirkan produk yang andal.

Pelanggan juga menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap produk. Banyak dari mereka yang melakukan pembelian ulang, merekomendasikan produk kepada orang lain, serta menyatakan bahwa mereka belum pernah mengalami produk cacat atau tidak layak konsumsi.

Faktor keandalan ini juga diperkuat dengan adanya sertifikat halal. Bagi pelanggan muslim, ini memberikan jaminan bahwa tidak hanya bahan yang digunakan terjaga, tetapi juga proses produksinya berjalan sesuai prinsip kehalalan, yang memperkuat citra produk sebagai sesuatu yang bisa dipercaya. Kemudian mempertahankan standar tinggi

dan memperkuat sistem audit internal, CV. Werry Group Gunungsitoli mampu menjaga keandalan produknya dalam jangka panjang. Ini penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan membangun reputasi merek di pasar lokal maupun lebih luas.

Ke depan, keandalan bisa ditingkatkan lebih jauh melalui teknologi produksi, sistem pelatihan karyawan yang lebih intensif, dan keterbukaan terhadap feedback konsumen.

#### **4.3.9 *Aesthetics* (Keindahan / Estetika)**

Keindahan produk, terutama dari segi kemasan dan desain visual, menjadi salah satu aspek yang diperhatikan oleh CV. Werry Group Gunungsitoli. Informan pendukung menyebut bahwa tampilan kemasan produk terlihat profesional dan menarik. Desainnya mencerminkan sentuhan modern serta unsur lokal seperti motif khas Nias. Hal ini penting karena kemasan merupakan titik kontak pertama dengan konsumen. Beberapa pelanggan bahkan menyebutkan bahwa mereka tertarik membeli produk pertama kali karena tampilannya yang estetik dan cocok dijadikan buah tangan atau oleh-oleh.

Karyawan juga menyebut bahwa perubahan desain kemasan sering dilakukan berdasarkan masukan dari konsumen. Warna, ukuran, dan informasi pada kemasan diatur agar mudah dibaca, jelas, dan sesuai dengan tren pasar. Ini menunjukkan bahwa estetika bukan hanya soal bentuk tetapi juga komunikasi visual yang efektif.

Manajemen memahami pentingnya visual branding sebagai bagian dari strategi pemasaran. Kemasan yang menarik akan meningkatkan nilai jual dan daya saing produk di pasaran, terutama saat bersaing dengan produk sejenis yang memiliki desain lebih sederhana.

Aesthetics juga dinilai dari presentasi produk itu sendiri. Roti dan kue disusun rapi, dengan ukuran yang seragam dan tekstur yang menggugah selera. Pelanggan merasakan bahwa perhatian terhadap detail seperti ini turut meningkatkan daya tarik produk secara keseluruhan.

Dari segi kebersihan, estetika juga terasa melalui penampilan produk yang bersih dan higienis. Ini memberikan kesan bahwa produk dibuat secara profesional dan penuh perhatian terhadap kualitas. Untuk terus menyempurnakan desain kemasan dan presentasi produk, CV. Werry Group Gunungsitoli memiliki potensi besar untuk menarik lebih banyak segmen pasar yang menjadikan estetika sebagai salah satu pertimbangan utama dalam pembelian.

#### **4.3.10 *Perceived quality* (Kualitas yang Dipersepsikan)**

Persepsi kualitas terhadap produk CV. Werry Group Gunungsitoli sangat positif. Sebagian besar pelanggan merasa bahwa produk yang dibeli memiliki kualitas tinggi, mulai dari rasa, daya tahan, hingga tampilan. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi yang dibentuk dari pengalaman konsumen telah berhasil memperkuat citra merek.

Salah satu indikator persepsi kualitas adalah pembelian ulang. Informan menyatakan bahwa mereka kembali membeli produk karena konsistensi rasa dan kepuasan atas pengalaman sebelumnya. Ini merupakan sinyal kuat bahwa kualitas produk tidak hanya baik, tetapi juga dirasakan nyata oleh konsumen.

Label halal juga menjadi faktor penting yang memperkuat persepsi kualitas. Banyak pelanggan menyebut bahwa keberadaan sertifikat halal menambah keyakinan mereka terhadap keamanan dan standar yang diterapkan oleh perusahaan. Label ini berfungsi ganda sebagai simbol kepercayaan dan kualitas.

Dari sisi karyawan, persepsi kualitas dibentuk melalui pelatihan informal dan pengawasan rutin. Meskipun tidak semua karyawan mengikuti pelatihan formal tentang kehalalan dan kualitas, mereka mendapatkan arahan langsung dari manajer dan supervisor mengenai pentingnya menjaga standar.

Kebersihan area produksi, peralatan kerja, dan penyimpanan bahan baku juga turut membentuk persepsi positif. Pelanggan

mengaitkan kebersihan dengan kualitas, sehingga komitmen perusahaan terhadap kebersihan otomatis meningkatkan citra produk.

Konsumen juga merasa bahwa produk CV. Werry Group Gunungsitoli unggul dibandingkan produk sejenis. Ini membuktikan bahwa persepsi kualitas bukan hanya dibentuk oleh satu elemen, melainkan oleh gabungan aspek rasa, visual, kebersihan, kehalalan, dan daya tahan produk.

Melalui strategi penguatan merek, peningkatan edukasi konsumen, dan pengemasan visual yang kuat, persepsi kualitas ini dapat dipertahankan dan bahkan diperluas ke pasar yang lebih luas.

#### **4.4 Hasil Pembahasan**

##### **4.4.1 Evaluasi Penerapan Sertifikasi Halal Dilakukan di CV. Werry Group Gunungsitoli.**

Evaluasi penerapan sertifikasi halal di CV. Werry Group Gunungsitoli merupakan bagian penting dalam menjaga kualitas dan integritas produk yang dihasilkan. Sertifikasi halal tidak hanya dilihat sebagai pemenuhan syarat formal, tetapi juga sebagai komitmen perusahaan terhadap standar kebersihan, keamanan, dan kehalalan yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Proses evaluasi dilakukan secara berkala guna memastikan bahwa seluruh aspek produksi, mulai dari bahan baku hingga distribusi, tetap sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Menurut Hashim, P. dalam Maulana, (2025) Sertifikasi halal adalah dianggap sebagai penanda jaminan kualitas, yang memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa Produk ini bebas dari bahan-bahan yang tidak diperbolehkan dalam Islam, baik dari segi substansi dan proses produksi.

Lebih lanjut, Sertifikasi halal bukan hanya sebatas dokumen administratif sebagai bentuk kepatuhan terhadap ketentuan syariah, melainkan telah berevolusi menjadi simbol kualitas, keamanan, dan integritas suatu produk pangan. Anggraini, *et al.*, (2023).

Dalam proses evaluasi, manajemen perusahaan meninjau kembali Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) yang telah diterapkan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) 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. Setiap bagian dari rantai produksi diperiksa, termasuk dokumen pendukung, pelatihan karyawan, hingga proses audit internal. Hasil evaluasi ini menjadi acuan untuk mengetahui apakah prosedur halal masih berjalan sesuai standar atau perlu perbaikan. Selain itu, masukan dari auditor halal dan lembaga sertifikasi juga menjadi bagian penting dalam proses evaluasi ini.

Pelaksanaan evaluasi juga mencakup wawancara dengan manager, karyawan dan pengamatan langsung di lapangan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan komitmen seluruh tim terhadap prinsip halal. CV. Werry Group terus mendorong peningkatan kesadaran internal akan pentingnya sertifikasi halal sebagai bagian dari budaya kerja perusahaan. Dengan keterlibatan semua pihak, penerapan sertifikasi halal tidak hanya menjadi tanggung jawab manajemen, tetapi juga seluruh karyawan.

Hasil dari evaluasi penerapan sertifikasi halal memberikan banyak manfaat, antara lain peningkatan kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan daya saing di pasar. CV. Werry Group Gunungsitoli berkomitmen untuk terus memperbaiki sistem halal secara berkelanjutan agar dapat memenuhi ekspektasi pasar yang semakin peduli terhadap kehalalan produk. Evaluasi ini sekaligus menjadi refleksi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas dan menjaga integritas dalam setiap proses produksi.

#### **4.4.2 Kendala yang dihadapi CV. Werry Group Gunungsitoli dalam menerapkan sertifikasi halal .**

Penerapan sertifikasi halal di CV. Werry Group Gunungsitoli tidak terlepas dari berbagai kendala yang dihadapi selama prosesnya. Salah satu hambatan terbesar adalah kurangnya pemahaman awal mengenai standar halal dan prosedur yang ditetapkan oleh lembaga terkait, seperti BPJPH dan LPH. Banyak karyawan dan bagian manajemen yang belum familiar dengan istilah-istilah teknis dalam sistem jaminan halal, sehingga membutuhkan waktu untuk beradaptasi dan memahami keseluruhan proses secara menyeluruh.

Selain pemahaman, tantangan juga muncul dari sisi administratif, terutama dalam pengumpulan dan kelengkapan dokumen yang dibutuhkan untuk proses sertifikasi. Beberapa bahan baku yang digunakan harus dilacak asal-usulnya secara rinci untuk memastikan status kehalalannya. Proses ini cukup menyita waktu dan memerlukan komunikasi intensif dengan para pemasok. Tidak semua pemasok dapat segera memberikan dokumen pendukung, yang menyebabkan keterlambatan dalam tahapan audit halal.

Kendala teknis dalam proses produksi juga menjadi perhatian serius. CV. Werry Group harus melakukan penyesuaian pada alat produksi dan tata ruang agar terhindar dari potensi kontaminasi silang antara bahan halal dan non-halal. Proses ini membutuhkan biaya tambahan serta waktu untuk mengatur ulang sistem yang telah berjalan. Beberapa alat juga harus diganti atau dibersihkan secara khusus sesuai ketentuan halal, yang tentunya membutuhkan pengawasan ketat dan kedisiplinan dari seluruh tim produksi.

Koordinasi dengan auditor halal dan lembaga sertifikasi juga menjadi tantangan tersendiri. Terkadang terjadi kendala komunikasi atau jadwal audit yang tidak sinkron, sehingga memperlambat proses verifikasi dan penerbitan sertifikat halal. Di sisi lain, adanya perubahan regulasi atau pembaruan kebijakan dari pemerintah juga



mengharuskan perusahaan untuk terus menyesuaikan diri, baik dari segi dokumen maupun implementasi di lapangan.

Meskipun berbagai kendala tersebut cukup kompleks, CV. Werry Group Gunungsitoli terus berupaya mengatasinya dengan langkah-langkah strategis. Perusahaan aktif mengikuti pelatihan dan pendampingan dari pihak berwenang, meningkatkan pemahaman karyawan, serta memperbaiki sistem produksi secara bertahap. Melalui komitmen dan kerja sama seluruh tim, tantangan dalam penerapan sertifikasi halal dapat dilalui dan menjadi pengalaman berharga dalam meningkatkan kualitas serta kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan.

#### **4.4.3 Strategi yang dapat dilakukan CV. Werry Group Gunungsitoli untuk mengoptimalkan manfaat sertifikasi halal dalam meningkatkan mutu produk.**

Untuk mengoptimalkan manfaat sertifikasi halal dalam meningkatkan mutu produk. Menurut Kotler, *et al.*, 2024:34), menyatakan bahwa kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan 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. CV. Werry Group Gunungsitoli perlu menerapkan strategi yang menyeluruh dan berkelanjutan. Salah satu strategi utamanya adalah memperkuat sistem jaminan produk halal (SJPH) secara internal. Ini dilakukan dengan cara meningkatkan pelatihan kepada seluruh karyawan agar memahami pentingnya kehalalan dalam setiap proses produksi. Pemahaman yang baik dari seluruh tim akan membantu menjaga konsistensi mutu produk serta mencegah terjadinya pelanggaran standar halal yang dapat merugikan perusahaan.

Strategi berikutnya adalah memperketat pengawasan bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. CV. Werry Group dapat menjalin kerja sama yang lebih kuat dengan pemasok yang memiliki kredibilitas dan mampu menyediakan bahan bersertifikat halal. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan audit internal secara rutin terhadap bahan dan proses produksi, guna memastikan tidak adanya penyimpangan dari ketentuan halal. Dengan bahan baku yang terjamin kehalalannya, mutu produk yang dihasilkan pun akan lebih terjamin dan dapat diterima oleh konsumen secara luas.

Di sisi pemasaran, CV. Werry Group dapat memaksimalkan sertifikat halal sebagai nilai jual utama produk. Informasi terkait kehalalan dapat dikomunikasikan secara efektif melalui kemasan produk, media sosial, dan promosi langsung di toko. Ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar, terutama pada segmen masyarakat yang sangat peduli dengan kehalalan produk. Pemanfaatan sertifikat halal sebagai keunggulan kompetitif juga akan meningkatkan citra merek secara keseluruhan.

Untuk menjaga dan meningkatkan mutu produk, perusahaan juga perlu memperkuat sistem monitoring dan evaluasi. Evaluasi berkala terhadap kualitas produk dan kepatuhan terhadap standar halal akan membantu mendeteksi potensi masalah lebih awal dan memungkinkan perbaikan segera. Sistem ini juga menjadi alat untuk menilai efektivitas strategi yang sudah diterapkan dan sebagai dasar untuk menyusun langkah strategis berikutnya.

Dengan strategi-strategi tersebut, CV. Werry Group Gunungsitoli tidak hanya mampu mempertahankan sertifikasi halal, tetapi juga menggunakannya sebagai instrumen peningkatan mutu produk secara menyeluruh. Hal ini akan memberikan dampak positif jangka panjang bagi perusahaan, baik dari segi kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan, hingga peningkatan daya saing di pasar lokal maupun nasional.