

Evaluation Of Halal Certification Implementation In Improving Product Quality At CV. Werry Group Gunungsitoli

Evaluasi Penerapan Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Di CV. Werry Group Gunungsitoli

Fihabudi Ndruru ¹⁾; Kurniawan Sarototonafo Zai ²⁾; Martha Surya Dinata Mendrofa ³⁾; Tiarni Duha ⁴⁾

¹⁾Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Nias

Email: ¹⁾ fihabudin@gmail.com; ²⁾ kurniawans.zai@unias.ac.id; ³⁾ martha.mendrofa@gmail.com

⁴⁾ tiarniduha7@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [04 Juli 2025]

Revised [07 Agustus 2025]

Accepted [09 Agustus 2025]

KEYWORDS

Halal Certification, Product Quality.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk masih belum optimal terutama di kalangan masyarakat yang sangat memperhatikan aspek kehalalan dalam memilih produk. Untuk melakukan penelitian menggunakan observasi CV. Werry Group Gunungsitoli. Penelitian ini melakukan metode kualitatif dengan metode wawancara kepada informan. Tujuan penelitian ini Evaluasi penerapan sertifikasi halal, kendala enerapan sertifikasi halal dan strategi yang dapat dilakukan CV. Werry Group Gunungsitoli untuk mengoptimalkan manfaat sertifikasi halal dalam meningkatkan mutu produk. Hasil penelitian, peneliti menemukan kepatuhan kelengkapan persyaratan sertifikat halal, kendala proses penerapan sertifikat halal adalah lamanya waktu pengurusan yang bisa mencapai 3 hingga 6 tahun dan Strategi yang dilakukan meliputi mencantumkan logo halal pada kemasan, mengembangkan produk halal baru, menjadikan sertifikasi halal sebagai nilai jual utama dalam promosi.

ABSTRACT

In this study, researchers found that consumer confidence in products is still not optimal, especially among people who pay close attention to halal aspects when choosing products. The research was conducted using observations at CV. Werry Group Gunungsitoli. This study employed a qualitative method through interviews with informants. The objectives of this research were to evaluate the implementation of halal certification, identify the challenges in implementing halal certification, and propose strategies that CV. Werry Group Gunungsitoli could adopt to optimise the benefits of halal certification in enhancing product quality. The research findings revealed compliance with the requirements for halal certification. The challenges in the implementation process include the lengthy processing time, which can take up to 3 to 6 years. The strategies implemented include displaying the halal logo on packaging, developing new halal products, and positioning halal certification as the primary selling point in promotions.

PENDAHULUAN

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.

LANDASAN TEORI

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 kepercayaan, 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.

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 gunaan 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).

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 berkecukupan 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 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.

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.

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.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Menurut Nasution, (2023:16), mengatakan bahwa penelitian adalah kegiatan ilmiah yang berdasarkan pada suatu analisis dan konstruksi yang harus dilakukan dengan sistematis, metodologis dan konsisten yang bertujuan untuk mengungkapkan suatu kebenaran yang dibagi dalam 3 (tiga) jenis kegiatan, yaitu:

- a. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mempunyai sifat deskriptif, penelitian ini lebih cenderung menggunakan analisis. Dalam penelitian ini proses dan makna lebih banyak ditonjolkan dengan menggunakan landasan teori sebagai panduan untuk fokus pada penelitian berdasarkan fakta yang ada di lapangan.
- b. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melakukan investigasi secara sistematis untuk meneliti sebuah fenomena dengan cara mengumpulkan data-data yang bisa diukur menggunakan ilmu statistik, matematika dan komputasi. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan untuk mengembangkan teori hipotesis yang memiliki kaitan dengan fenomena-fenomena alam.
- c. Penelitian campuran adalah penelitian yang menggabungkan penelitian bentuk kuantitatif dan kualitatif. Penelitian campuran ini lebih kompleks dibandingkan penelitian-penelitian yang disebutkan di atas, karena pada penelitian ini tidak hanya mengumpulkan dan menganalisis data namun juga melibatkan fungsi-fungsi dari penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penggunaan dari kedua metode penelitian itu diharapkan bisa memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai masalah penelitian yang diangkat.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif dipilih dalam penelitian berjudul Penerapan Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Kualitas Produk di CV. Werry Group Gunungsitoli karena metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam bagaimana proses penerapan sertifikasi halal berlangsung, kendala yang

dihadapi, serta strategi yang dilakukan perusahaan dalam mengoptimalkan manfaat sertifikasi tersebut. Metode kualitatif sangat tepat untuk memahami fenomena yang kompleks dan kontekstual seperti praktik manajemen kualitas dan sertifikasi halal yang bersifat dinamis dan melibatkan berbagai aspek sosial, budaya, serta kebijakan internal perusahaan. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat mengungkap makna dan pengalaman para informan terkait penerapan sertifikasi halal yang tidak dapat diperoleh melalui metode kuantitatif semata. Oleh karena itu, metode kualitatif sangat relevan untuk mendukung tujuan penelitian ini agar mendapatkan gambaran komprehensif mengenai kontribusi sertifikasi halal terhadap peningkatan kualitas produk di CV. Werry Group Gunungsitoli.

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2020:39) Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah konsep atau karakteristik yang dapat diukur, diobservasi, dan dianalisis untuk mengetahui hubungan, pengaruh, atau perbedaan yang terjadi dalam suatu fenomena. Variabel dalam penelitian ini adalah Sertifikat Halal indikatornya terdiri dari Kehalalannya, Kebersihannya, Kesehatannya dan Jaminan Hukum. Variabel kualitas produk terdiri dari beberapa indikator, yaitu *Performance* (Kinerja), *features* (fitur), *reliability* (reliabilitas), *aesthetics* (estetika), *perceived quality*.

Sumber Data

Menurut Haryoko, et al., (2020:110) Sumber data adalah orang, benda, atau objek yang dapat memberikan data, informasi, fakta dan realitas yang terkait atau relevan dengan apa yang dikaji atau diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif, dimana jenis data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah segala informasi, fakta, dan realitas yang terkait atau relevan dengan penelitian, dimana kaitan atau relevansinya sangat jelas, bahkan secara langsung. Disebut sebagai data utama (primer), karena data tersebut menjadi penentu utama berhasil atau tidaknya sebuah proses penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu adalah segala informasi, fakta dan realitas yang juga terkait atau relevan dengan penelitian, namun tidak secara langsung, atau bahan pendukung yang relevan dengan data primer.

Selain data primer, sumber data yang dipakai peneliti adalah sumber data sekunder, data sekunder didapat melalui berbagai sumber yaitu literatur artikel, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses dalam mengumpulkan data secara akurat dan sistematis untuk mendapatkan data yang valid yang kemudian akan di analisa. Menurut Sugiyono, (2020:193), teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang di dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yakni:

1. Observasi

Metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrumen pertimbangan kemudian format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan. Dari peneliti berpengalaman diperoleh suatu petunjuk bahwa mencatat data observasi bukanlah sekedar mencatat, tetapi juga mengadakan pertimbangan kemudian mengadakan penilaian kepada skala bertingkat.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam dan jumlah informannya sedikit atau kecil. Menurut Sugiyono, (2020:250), informan penelitian adalah individu atau orang yang di dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Melalui informan, peneliti dapat mengetahui segala sumber informasi mengenai hal yang menjadi objek penelitian.

Pemilihan informan dalam penelitian ini didasarkan pada peran dan keterlibatan masing-masing pihak dalam proses penerapan sertifikasi halal di CV. Werry Group Gunungsitoli. Manager dijadikan sebagai informan kunci karena memiliki tanggung jawab utama dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam pelaksanaan kebijakan sertifikasi halal dan pengawasan kualitas produk secara menyeluruh.

Manager mengetahui proses, tantangan, dan strategi perusahaan dari sisi manajerial sehingga dapat memberikan informasi mendalam dan menyeluruh.

Sementara itu, kasir dipilih sebagai informan utama karena terlibat langsung dalam pelayanan konsumen dan transaksi penjualan. Posisi kasir membuatnya memiliki pemahaman mengenai respons pelanggan terhadap produk yang telah bersertifikat halal serta mengetahui dinamika yang terjadi dalam aktivitas operasional harian di bagian depan (frontline).

Adapun karyawan dan pelanggan ditetapkan sebagai informan pendukung karena karyawan memahami proses produksi secara teknis, mulai dari pengolahan bahan hingga pengemasan, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai penerapan prinsip halal dalam praktik kerja. Pelanggan, sebagai pengguna akhir produk, dapat menyampaikan pandangan mereka terhadap kualitas dan kepercayaan terhadap produk setelah memperoleh sertifikat halal. Dengan melibatkan semua pihak tersebut, informasi yang diperoleh menjadi lebih lengkap, beragam, dan dapat menggambarkan kondisi nyata di lapangan secara objektif.

3. Dokumentasi

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoritik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna.

Teknik Analisa Data

Menurut Fiantika, et.al (2020:64), Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis transkrip, catatan lapangan, dan materi lain yang peneliti kumpulkan untuk memungkinkan peneliti menemukan temuan. Interpretasi data mengacu pada pengembangan ide tentang temuan Anda dan menghubungkannya dengan literatur dan dengan perhatian dan konsep yang lebih luas, maka penulis melakukan metode analisa data, sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data.

Pengumpulan data adalah proses sistematis dalam memperoleh, mencatat, dan mengelola informasi yang relevan untuk suatu penelitian atau analisis. Menurut Sugiyono, (2020) , pengumpulan data merupakan langkah penting dalam metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang valid dan reliabel guna menjawab permasalahan penelitian.

2. Reduksi Data.

Reduksi data dilakukan dalam rangka pemilihan dan penyederhanaan data. Kegiatan yang dilakukan pada tahapan ini adalah seleksi data dan pembuangan data yang tidak relevan. Data-data yang relevan dengan penelitian akan di organisasikan sehingga terbentuk sekumpulan data yang dapat memberi informasi faktual.

3. Penyajian Data.

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk sekumpulan informasi, baik berupa tabel, bagan, maupun deskriptif naratif, sehingga data yang tersaji relatif jelas dan informatif. Tindakan lanjutan, penyajian data digunakan dalam kerangka menarik kesimpulan dari akhir sebuah tindakan.

4. Penarikan Kesimpulan.

Pada tahap ini peneliti akan mengambil kesimpulan secara ringkas dan jelas, sehingga terjawab tujuan dan masalah penelitian yang telah dianalisa sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

Pembahasan

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.

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.

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.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di CV. Werry Group tentang Evaluasi Penerapan Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dapat disimpulkan bahwa:

1. Evaluasi penerapan sertifikasi halal di CV. Werry Group melibatkan kombinasi evaluasi internal (oleh manajemen dan tim halal perusahaan) dan eksternal (oleh LPH dan MUI). Tahap awal menilai kesiapan, tahap tengah fokus pada implementasi SJPH, dan tahap akhir menjamin kepatuhan jangka panjang setelah sertifikasi diterbitkan. 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.
2. Kendala utama dalam proses penerapan sertifikat halal adalah lamanya waktu pengurusan yang bisa mencapai 3 hingga 6 tahun, disebabkan oleh kurangnya pemahaman awal, sulitnya memperoleh bahan bersertifikat halal, keterbatasan SDM, serta proses administratif dan audit yang memerlukan waktu lama.
3. Strategi yang dilakukan meliputi mencantumkan logo halal pada kemasan, mengembangkan produk halal baru, menjadikan sertifikasi halal sebagai nilai jual utama dalam promosi, serta menjaga konsistensi kualitas dan kehalalan produk untuk memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Memberikan dampak positif jangka panjang bagi perusahaan, baik dari segi kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan, hingga peningkatan daya saing di pasar lokal maupun nasional

Saran

1. CV. Werry Group Gunungsitoli disarankan untuk memperkuat mekanisme evaluasi berkala, baik secara internal maupun eksternal, dengan memastikan keterlibatan aktif seluruh lini operasional dalam pemantauan penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan rutin tentang standar halal dan memperluas kerja sama dengan pemasok bahan bersertifikat halal agar proses sertifikasi lebih efisien.
2. Untuk mengatasi kendala lamanya proses pengurusan, perusahaan juga sebaiknya menjalin komunikasi intensif dengan lembaga terkait seperti LPH dan MUI guna mempercepat proses administratif dan audit. Dari sisi promosi, logo halal hendaknya ditonjolkan secara konsisten dalam semua media pemasaran, baik online maupun offline, agar nilai kehalalan menjadi daya tarik utama di mata konsumen.
3. Pengembangan produk baru yang berorientasi halal sebaiknya terus ditingkatkan dengan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar. Terakhir, CV. Werry Group perlu terus menjaga konsistensi kualitas dan transparansi informasi produk halal kepada konsumen guna membangun kepercayaan jangka panjang serta memperkuat daya saing di pasar lokal dan nasional.
4. CV. Werry Group Gunungsitoli disarankan untuk peningkatan sertifikat halal menjadi ISO 22000. Dengan adanya ISO 22000. Standar ini bertujuan untuk memastikan keamanan pangan dengan mengidentifikasi, mengelola, dan mengendalikan bahaya yang terkait dengan produksi makanan. Serta menambah kepercayaan konsumen pada hasil produksi di CV. Werry Group akan kehalalan dan kebersihan makanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, W., Ciptono, W. S., Lusiantoro, L., & Tjahjono, H. K. (2023). Halal Food Integrity: Systematic Literature Review and Research Agendas. 1360–1373. <https://doi.org/10.46254/an13.20230406>.
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Creswell. (2018). *Research Design, Qualitative, Quantitive and Mixed Method Approaches*. In Writing Center Talk over Time. California: SAGE Publications.
- Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan : Global Research And Consuling Institute.
- Donna, D. R., Dono, N. D., & Ahnaf, M. I. (2024). *Evaluasi Dampak Sertifikasi Halal pada UMKM*

- Produsen Makanan dan Minuman Anggota Desa Preneur Model K45PAK. 8(33), 25–38.
- Amalia, Euis., I. R. B. M. (2023). Penguatan Ukm Halal Di Indonesia: Sebuah Pendekatan Ekosistem Ekonomi Syariah. Yogyakarta : Samudra Biru.
- Fiantika, et. al. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif (Issue March).
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. (Planing & Strategy). Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.
- Habibah, et. a. (2024). Peningkatan Kualitas UMKM Melalui Pendampingan Produk Sertifikasi Halal di Desa Wonosari Bondowoso.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. Kuningan : Insania.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis).
- Iltham, M. F. (2019). Label Halal Bawa Kebaikan. Jawa Timur : Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan.
- Jamsa Sumbalatu, W. B. P. & A. M. P. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Label Halal Pada Restoran (Studi. 3(1), 1–12.
- Kartika, A. F. (2020). Fenomena Label Halal is it a Awareness or Branding. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(1), 87.
- Kasnelly, S. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Masyarakat Membeli Produk Makanan Berlabel Halal Di Kuala Tungkal. 2(Juni).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles of marketing nineteenth edition. In Pearson.
- Lutfika, E. (2023). Buku Panduan Pendamping PPH (Proses Produk Halal) Penanggung Jawab: Penulis: Editor KNEKS: Editor BPJPH: Penerbit.
- Maulana. (2024). Analisis Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Waroeng Ayam Jawara. *EKOSIANA : Jurnal Ekonomi Syariah* <https://Journal.Stainim.Ac.Id/Index.Php/Ekosiana>, 11(1), 49–55.
- Maulana. (2025). Halal Certification Process in Indonesia from the Perspective of Regulators and Industry Practitioners. 6(1), 1–16.
- Nusran, Muhammad (2021) Manajemen Industri Produk Halal dalam Perspektif Ekosistem Halal. Makasar : Penerbit Desanta Muliavisitama.
- Peraturan Menteri Agama (2019). Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal.
- Nasution, A. F. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. Medan : CV. Harfa Creative.
- Pahmi (2024). Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat. Makasar : Nas Media.
- Peraturan, Pemerintah (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal.
- Prapto, P., Tantika, W., Suryati, L., & ... (2023). Sertifikasi Halal dan Pembaruan Label Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produk UMKM Gethuk Crispy Bu Nurul Desa Nongkodono.
- Rasyid, Arbanur (2020) Sertifikasi Halal. Padang Sidempuan : Haura Utama
- Santosa, C. W., Fahma, F., & Damayanti, R. W. (2022). Effect of Halal Certification on Logistic Performance and Financial Performance. *Jurnal Teknik Industri*, 24(2), 117–128.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif R & D. Bandung : Alfabeta.
- Tahir, P., & Muslih, M. (2023). Halal and Safe Food In Islamic Law. *Batulis Civil Law Review*, 4(1), 37. <https://doi.org/10.47268/ballrev.v4i1.1310>.
- Tegowati, G. W. M., Kalbuadi, A., Ismail, K., Idayati, F., Rukmana, A. Y., Oktavianti, P. R. M., Mufrihah, M., Rohmah, M., Onoyi, N. J., Wardhana, A., Mursid, A., Irmayani, N. W. D., & Fatima, S. (2024). Pengembangan produk. CV. Eureka Media Aksara.
- Undang -Undang (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.