



PERAN SERTIFIKASI HALAL DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UMSU)

Revita Sari

Universitas Muhammadiyah Suamtera Utara

Email: revitasari@umsu.ac.id

Abstrak

Industri olahan makanan minuman mempunyai peranan yang sangat besar dalam peningkatan UMKM di kota Medan. Banyaknya para pengusaha yang membuka gerai olahan makanan dan minuman sejalan dengan meningkatnya konsumsi masyarakat akan produk makanan dan minuman. Makanan atau minuman yang aman mendapatkan perhatian serius. Adanya Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) yang bertujuan memberikan keselamatan, keamanan, kenyamanan, dan kepastian tersedianya produk halal untuk masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk. Sertifikasi dan label pada produk pangan menjadi alat ukur dan kontrol agar tidak merugikan dan membahayakan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif antara lain wawancara individu, observasi, dan studi pustaka, teknik analisis data data collection, data reduction, data display. Hasil wawancara dengan beberapa subjek penelitian Sertifikasi halal memberikan manfaat besar bagi konsumen, terutama konsumen Muslim, dengan memberikan jaminan bahwa produk yang mereka konsumsi memenuhi standar halal. Produk yang memiliki sertifikat halal dan label halal dipercaya lebih aman dan sesuai dengan syariat Islam.

Kata Kunci : Kepercayaan Konsumen, Produk Halal, Sertifikasi Halal.

Abstract

The processed food and beverage industry plays a very large role in increasing MSMEs in the city of Medan. The number of entrepreneurs who open processed food and beverage outlets is in line with the increasing public consumption of food and beverage products. Safe food or beverages receive serious attention. The existence of the Halal Product Guarantee Law (UUJPH) which aims to provide safety, security, comfort, and certainty of the availability of halal products for the public in consuming and using products. Certification and labels on food products are measuring and control tools so as not to harm and endanger consumers.

This study uses a qualitative research method, data collection techniques used in qualitative research include individual interviews, observations, and literature studies, data collection data analysis techniques, data reduction, data display. The results of interviews with several research subjects Halal certification provides great benefits for consumers, especially Muslim consumers, by providing assurance that the products they consume meet halal standards. Products that have halal certificates and halal labels are believed to be safer and in accordance with Islamic law.

Keywords: Consumer Trust, Halal Products, Halal Certification.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Menurut laporan oleh *Royal Islamic Strategic Studies Center (RISSC)* ada total 231,06 juta muslim di Indonesia terhitung 86,7% dari total penduduk Indonesia. Hal tersebut menjadi salah satu potensi besar untuk menarik wisata muslim ke Indonesia terutama dalam bidang kuliner, karena sebagai Negara mayoritas Muslim tentu saja makanan halal menjadi daya tarik utama yang dicari oleh konsumen. Indonesia dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam, membuat masyarakat sadar akan pentingnya produk halal untuk menghindari keraguan yang ada.



Kebijakan sertifikasi halal di Indonesia pertama kali diperkenalkan pada tahun 2001 dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Agama No. 518 tahun 2001 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Label Halal pada Produk yang Dipasarkan. Dalam kebijakan ini, Menteri Agama menunjuk Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) sebagai lembaga yang berwenang untuk memberikan sertifikasi halal pada produk yang ingin dipasarkan di Indonesia.

Seiring dengan berkembangnya tuntutan pasar dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi produk halal, maka pada tahun 2014, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mewajibkan seluruh produk yang beredar di Indonesia harus memiliki sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI atau lembaga sertifikasi halal yang terakreditasi oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang merupakan lembaga di bawah Kementerian Agama. Kebijakan ini merupakan upaya pemerintah dalam melindungi hak konsumen untuk memperoleh produk halal dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global.

Sertifikasi halal itu sendiri merupakan proses klarifikasi terhadap produk-produk yang samar kehalalannya dengan cara menelusuri mulai dari tahap penyiapan bahan bakunya, tahap produksi, sampai tahap penyimpanannya, termasuk juga cara pengendaliannya agar konsisten halal. Jadi sertifikasi halal diterapkan pada produk-produk yang masih mengandung kesamaran aspek kehalalannya sehingga perlu dipastikan.

Dari sudut pandang bisnis, sertifikasi halal memberikan peluang yang sangat besar untuk memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan konsumen Muslim yang memiliki kesadaran tinggi terhadap produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama (Putri et al., 2023). Proses sertifikasi halal yang melibatkan inspeksi dan audit yang komprehensif tidak hanya berfokus pada bahan baku yang digunakan, tetapi juga mencakup setiap tahap dalam rantai pasokan, mulai dari proses produksi, pengolahan, hingga pengemasan. Hal ini menjamin bahwa seluruh proses memenuhi standar halal yang ketat, yang telah diatur oleh lembaga sertifikasi halal yang diakui. Sertifikasi halal menjadi lebih dari sekadar label; ia berfungsi sebagai indikator transparansi dan komitmen terhadap kualitas dan integritas produk. Sertifikasi halal juga memainkan peran penting dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen, baik di pasar domestik maupun internasional. Indonesia memiliki

Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang diundangkan pada tanggal 17 Oktober 2014. Adanya Undang-Undang ini bertujuan untuk memberikan perlindungan, kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian bagi konsumen dalam mengonsumsi dan menggunakan produk halal. Produk Halal itu sendiri adalah produk yang dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Kehalalan barang yang dikonsumsi merupakan sebuah keharusan dan mengharuskan adanya peraturan perlindungannya.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Satria & Saputra, 2021). Bagi sektor UMKM, memperoleh sertifikasi halal dapat memberikan keuntungan signifikan dalam memperluas pangsa pasar, terutama di kalangan konsumen Muslim. Investasi dalam sertifikasi halal memungkinkan UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar sekaligus membedakan diri dari pesaing. Sertifikasi halal membuka peluang untuk menjalin kemitraan dan kolaborasi dengan perusahaan besar yang menghargai sumber daya serta metode produksi yang etis. Sertifikasi halal memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus membantu UMKM meraih kesuksesan dalam pasar yang semakin kompetitif (Maghfiroh & Setiawan, 2024).

Industri olahan makanan minuman mempunyai peranan yang sangat besar dalam peningkatan UMKM di kota Medan. Banyaknya para pengusaha yang membuka gerai olahan makanan dan minuman sejalan dengan meningkatnya konsumsi masyarakat akan produk makanan dan minuman. Makanan



atau minuman yang aman mendapatkan perhatian serius. Adanya Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) yang bertujuan memberikan keselamatan, keamanan, kenyamanan, dan kepastian tersedianya produk halal untuk masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk. Sertifikasi dan label pada produk pangan menjadi alat ukur dan kontrol agar tidak merugikan dan membahayakan konsumen.

Dari penjelasan masalah yang tertulis di paragraph atas, penulis tertarik meneliti tentang **“Peran Penting Serifikasi Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen”**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif; penelitian semacam ini digunakan untuk mempelajari fenomena yang rumit. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif antara lain wawancara individu dan observasi. Dampak sertifikasi halal, kesadaran halal bahan makanan dan minuman terhadap keyakinan konsumen muslim akan produk makanan dan minuman di sekitaran kampus UMSU dapat diketahui melalui kajian kualitatif. Metode kualitatif menurut Sugiyono (2007) adalah suatu teknik penelitian yang peneliti berfungsi sebagai instrumen utama untuk meneliti kondisi suatu objek alam. Hasil penelitian kualitatif lebih menjurru pada makna daripada generalisasi, dan metode pengumpulan datanya adalah triangulasi dengan pengolahan data induktif,

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan sebuah data. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data diantaranya adalah:

1. Wawancara

Untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian yang berfokus pada mahasiswa UMSU yang mana mereka sebagai pelanggan Muslim, penulis menggunakan teknik wawancara. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mempelajari rincian terkait dari sumber tentang pendapat mereka tentang makanan. serta minuman bersertifikat halal.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu cara pengumpulan data untuk penelitian dimana peneliti menggunakan panca inderanya untuk melakukan observasi. Pengamatan ini dilakukan untuk mengetahui lebih jauh tentang kejadian atau peristiwa lingkungan hidup.

3. Dokumentasi

Peneliti memanfaatkan pendekatan dokumentasi untuk mencari informasi tentang penelitiannya yang berasal dari transkrip, buku, majalah, surat kabar, catatan penting, dan sumber lainnya. Karena data sejarah dan makalah terkait penelitian lainnya dapat dikumpulkan dengan menggunakan pendekatan dokumentasi, maka pendekatan dokumentasi ini biasanya digunakan sebagai bahan pendukung untuk memperoleh data penting (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini yang didapatkan dari penelitian terdahulu dengan cara membaca serta mempelajari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan topik penelitian.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Data collection* adalah pengumpulan bahan yang dipadukan dengan analisis data,
2. *Data reduction* adalah proses mengeluarkan data dari suatu basis data sehingga dapat dikategorikan menurut kebenaran dan keabsahan data tersebut.
3. *Data display* atau penyajian data dari penelitian yang penulis jelaskan secara ilmiah dengan mengabaikan segala kekurangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara. Dalam penelitian ini yang dijadikan subjek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera



Utara selaku konsumen. Sumber data pada penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian kualitatif ini lebih mementingkan banyaknya informasi daripada jumlah informan yang banyak.

1) Pengetahuan para konsumen mengenai produk halal

- ✓ Menurut Azizah (Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah) selaku konsumen remaja muslim: *Produk halal dalam bakan bakunya tidak boleh mengandung bahan-bahan yang haram dalam Islam, seperti babi dan turunannya, darah, bangkai, serta makanan dan minuman yang memabukkan.*

Halal berarti segala sesuatu yang diperbolehkan dalam agama Islam, baik dalam hal makanan, minuman, maupun perbuatan lainnya. Secara bahasa, halal berarti "diperbolehkan" atau "tidak dilarang". Dalam konteks syariat Islam, halal mencakup aspek zat, cara memperoleh, dan proses pengolahan yang sesuai dengan ketentuan agama.

- ✓ Menurut Shandy (Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah), *Dalam proses produksi produk halal harus dilakukan dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam, termasuk penggunaan peralatan yang bersih dan terhindar dari najis.*

Produk halal bisa diartikan sebagai sesuatu yang terhindar dari hal-hal yang diharamkan. Sebab sesuatu yang haram adalah segala sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT. Secara umum, produk halal adalah produk yang memang di dalamnya tidak ada kandungan haram sedikitpun. Produk halal bisa dikenali dengan mudah karena adanya label halal yang tertera pada tampilan kemasan suatu produk.

- ✓ Umar (Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah), juga mengatakan bahwa produk halal adalah: *produk halal biasanya memiliki sertifikat halal dari lembaga yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) serta melampirkan logo halal pada gerai atau kemasan produk.*

Dalam Al Qur'an QS: Al-Baqarah 168 *"Wahai sekalian manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu."* Ayat ini secara jelas memerintahkan untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik, serta memperingatkan untuk menjauhi pengaruh setan yang bisa membawa pada perbuatan haram. Dengan kata lain, produk halal haruslah produk yang aman dikonsumsi, baik, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, baik dari segi bahan, proses, maupun distribusi.

2) Ciri-ciri dan karakteristik produk halal

- ✓ Pendapat fadhil (Mahasiswa Perbankan Syariah) mengenai ciri produk halal: *bahan bakunya tidak mengandung babi dan turunannya (seperti lemak babi, gelatin babi, dll.) dan serta tidak mengandung bahan-bahan yang memabukkan (khamr) atau turunannya.*
- ✓ Pendapat Mia Audina salah satu mahasiswa (prodi Perbankan Syariah) menyatakan ciri *produk harus diproduksi dengan cara yang bersih dan higienis, tidak terkontaminasi oleh zat-zat najis atau bahan haram.*
- ✓ Pendapat Akhdan (Mahasiswa Perbankan Syariah) *Memiliki sertifikasi halal dari lembaga yang diakui, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia.*

MUI (Majelis Ulama Indonesia) berperan penting dalam menetapkan sertifikasi produk halal di Indonesia. Melalui LPPOM MUI, MUI melakukan pemeriksaan, pemrosesan, dan penetapan sertifikasi halal untuk berbagai produk, terutama makanan dan minuman, untuk memastikan produk tersebut sesuai dengan syariat Islam. Sertifikasi halal ini bertujuan untuk memberikan jaminan kehalalan bagi konsumen Muslim dan membantu produsen memenuhi standar halal yang berlaku.

3) Manfaat Kehalalan Produk bagi Konsumen



- ✓ Pendapat Dedi (mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah), dengan adanya sertifikasi halal memberikan kepastian bahwa produk yang akan dikonsumsi telah memenuhi standar halal, sehingga sebagai konsumen muslim akan merasa tenang.
- ✓ Menurut pendapat Hanifah (mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah) tentang manfaat produk halal, melalui sertifikasi halal mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi produk halal dan juga produsen untuk meningkatkan kualitas produknya
- ✓ Pendapat Tommy, dengan sertifikasi halal konsumen merasa terlindungi dari produk berbahaya.

Sertifikasi halal memberikan manfaat besar bagi konsumen, terutama konsumen Muslim, dengan memberikan jaminan bahwa produk yang mereka konsumsi memenuhi standar halal. Ini tidak hanya mencakup makanan dan minuman, tetapi juga produk lain seperti kosmetik dan obat-obatan. Sertifikasi halal membantu konsumen membuat pilihan yang lebih tepat sesuai keyakinan agama mereka dan memberikan rasa aman serta kepastian tentang kehalalan produk.

4) Kepercayaan para konsumen terhadap produk bersertifikasi dan berlabel halal

Ketika ada suatu produk yang belum jelas kehalalannya, Rifqi (mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah) berpendapat bahwa: *Ragu atau bahkan menolak untuk membeli produk tersebut, karena khawatir tidak sesuai dengan syariat Islam.*

Produk yang halal dan baik untuk dikonsumsi memiliki indikator yaitu bahan baku, proses produksi, hingga sertifikasi halal. Sejalan dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk halal, tak lepas dari adanya aturan sertifikasi dan labelisasi halal pada produk. Kepercayaan yang tinggi oleh masyarakat terhadap produk berlabel halal, disebabkan masyarakat tidak lagi mudah percaya terhadap produk dengan tanpa label halal padaemasannya.

Mengenai kepercayaan terhadap produk yang tertera label halal, Nabil selaku, konsumen muslim dari kalangan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah mempercayai produk yang tertera label halal dapat di yakini *bahwa mengonsumsi produk halal adalah kewajiban bagi muslim dan bagian dari menjalankan perintah Allah SWT.*

Seperti pandangan secara umum, produk yang di dalamnya tidak mengandung sesuatu yang haram artinya produk tersebut dianggap halal. Segala produk makanan, obat-obatan, maupun kosmetik dan sebagainya bisa dianggap halal apabila dalam kandungan bahan bakunya berisi komponen-komponen yang tidak haram dan yang bermanfaat ketika digunakan.

Sedangkan dalam sudut pandang lain, Iliyin mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah, *lebih mempercayai produk yang tertera label halal, dikarenakan lebih aman dan terpercaya karena label tersebut memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai kehalalan produk.* Produk yang memiliki sertifikat halal dan label halal dipercaya lebih aman dan sesuai dengan syariat Islam oleh konsumen, terutama konsumen muslim. Sertifikasi halal menjadi jaminan bahwa produk tersebut telah melalui proses pemeriksaan dan memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

5) Kepuasan para konsumen terhadap kebijakan pemerintah mengenai keharusan bagi UMKM untuk bersertifikasi dan labelisasi halal

Menurut Maulana: *Menyambut baik kebijakan ini sebagai bentuk perlindungan terhadap hak-hak konsumen terutama bagi konsumen Muslim, serta jaminan kehalalan produk yang dikonsumsi.*

Sertifikat halal di Indonesia dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), BPJPH adalah lembaga pemerintah non-kementerian yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia.

Produk yang dikonsumsi oleh masyarakat perlu diberikan jaminan berupa kebijakan kepastian hukum dan jaminan kehalalan suatu produk yang kebijakan tersebut disusun oleh pihak pemerintah sebagai upaya untuk melindungi masyarakat agar hak bagi masyarakat muslim di Indonesia tetap terjaga. Oleh karena itu, dengan adanya sertifikasi dan labelisasi halal yang ditetapkan oleh pemerintah



terhadap suatu produk menjadi bukti bahwa produk tersebut telah melalui proses verifikasi yang ketat dan memenuhi standar kehalalan yang berlaku.

PEMBAHASAN

Beberapa faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM berlabel halal:

a. Pengetahuan dan Kesadaran Halal

Pengetahuan halal adalah pemahaman individu mengenai prinsip-prinsip halal dalam Islam, terutama terkait produk dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Kesadaran halal adalah tingkat kepekaan atau kepedulian konsumen terhadap kehalalan suatu produk atau jasa. Pengetahuan halal yang baik akan meningkatkan kesadaran halal bagi konsumen. Semakin tinggi pengetahuan seseorang tentang prinsip-prinsip halal, semakin besar kemungkinan mereka untuk memiliki kesadaran halal yang tinggi. Kesadaran halal yang tinggi dapat memotivasi seseorang untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk halal, sehingga meningkatkan pengetahuan halal mereka. Pengetahuan dan kesadaran halal merupakan dua hal yang saling terkait dan penting dalam konteks konsumsi produk halal. Keduanya berperan dalam membentuk perilaku konsumen muslim dalam memilih produk yang sesuai dengan keyakinan agama mereka

b. Kepercayaan terhadap Kehalalan Produk

Kepercayaan terhadap kehalalan produk sangat penting, terutama bagi konsumen Muslim, karena berkaitan erat dengan keyakinan agama dan prinsip-prinsip syariah. Sertifikasi halal menjadi indikator utama yang menjamin produk tersebut memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Selain itu, adanya label halal pada produk juga memberikan rasa aman bagi konsumen Muslim (Subagyo et al., 2020). Label ini menjadi jaminan bahwa produk tersebut telah melalui proses yang sesuai dengan syariat Islam, mulai dari bahan baku hingga proses produksi. Kepercayaan terhadap kehalalan produk ini semakin diperkuat dengan adanya lembaga sertifikasi yang kredibel, seperti MUI di Indonesia, yang berperan penting dalam memastikan keabsahan status halal suatu produk. Selain itu, kesadaran akan pentingnya produk halal juga semakin meningkat seiring dengan kampanye kesadaran konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk.

c. Kualitas Produk dan Keamanan Pangan

Kualitas produk dan keamanan pangan memiliki hubungan yang erat dengan kehalalan produk. Jaminan halal tidak hanya berkaitan dengan aspek keagamaan, tetapi juga mencakup standar kualitas dan keamanan produk yang memenuhi persyaratan tertentu, baik dari segi bahan baku, proses produksi, hingga produk akhir.

Berikut adalah beberapa poin penting mengenai kualitas produk dan keamanan pangan:

- Kualitas Produk: Kualitas produk termasuk rasa, aroma, tekstur, serta aspek nutrisi dan keamanan sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian (Amelia, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa konsumen modern menginginkan produk halal yang juga memenuhi standar kualitas tinggi (Hidayati, 2024). Sertifikasi halal menjadi indikator bahwa produk telah memenuhi standar kualitas yang ditetapkan, termasuk dari segi bahan baku, proses produksi, dan mutu produk akhir. Produk halal umumnya juga memperhatikan aspek kebersihan, kesehatan, dan keamanan pangan, yang merupakan bagian dari standar kualitas yang lebih luas. Jaminan halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk, karena konsumen merasa lebih yakin bahwa produk tersebut telah memenuhi standar yang ditetapkan.
- Keamanan Pangan: Keamanan pangan merupakan bagian integral dari jaminan halal. Produk halal harus memenuhi standar keamanan pangan untuk mencegah kontaminasi



atau bahaya bagi kesehatan konsumen. Sertifikasi halal mensyaratkan pemenuhan standar keamanan pangan dalam proses produksi, termasuk sanitasi, penggunaan bahan tambahan pangan yang aman, dan pengendalian risiko kontaminasi. Penerapan sistem HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) dalam proses produksi pangan halal bertujuan untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengendalikan potensi bahaya yang dapat mempengaruhi keamanan pangan.

Selain itu, kualitas produk yang konsisten juga menjadi kunci dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen (Liana et al., 2024). Konsumen cenderung melakukan pembelian ulang apabila produk yang mereka konsumsi memiliki kualitas yang terjaga di setiap pembelian. Dengan menjaga kualitas rasa, aroma, tekstur, dan keamanan, UMKM dapat menciptakan pengalaman positif yang akan mendorong konsumen untuk kembali memilih produk mereka.

d. Harga

Harga juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Maka dari itu dalam Penentuan harga pada produk halal mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk biaya produksi, biaya sertifikasi halal, dan preferensi konsumen. Selain itu, prinsip-prinsip ekonomi Islam juga berperan dalam menentukan harga yang adil dan tidak merugikan baik produsen maupun konsumen. Menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produk menjadi strategi penting bagi UMKM dalam menarik minat konsumen. Konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga dan manfaat yang mereka terima dari produk tersebut. Dengan menetapkan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan, UMKM dapat menarik konsumen yang sensitif terhadap harga tanpa harus mengorbankan kualitas. Strategi ini juga bisa diperkuat dengan memberikan promosi atau diskon tertentu untuk meningkatkan daya tarik produk dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Di sisi lain, fleksibilitas dalam penentuan harga dapat membantu UMKM menyesuaikan diri dengan perubahan daya beli konsumen dan dinamika pasar.

e. Faktor Psikologis dan Sosial

Faktor psikologis dan sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Secara psikologis, religiusitas, kesadaran halal, dan kepercayaan terhadap produk halal itu sendiri menjadi faktor penting. Secara sosial, rekomendasi dari keluarga, teman, atau tokoh masyarakat, serta peran media sosial, juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

○ Faktor Psikologis:

Religiusitas: Keyakinan agama yang kuat mendorong konsumen untuk mencari produk yang sesuai dengan ajaran agama mereka, termasuk produk halal.

Kesadaran Halal: Semakin tinggi kesadaran konsumen akan pentingnya produk halal, semakin besar kemungkinan mereka untuk mencari dan memilih produk yang memiliki sertifikasi halal.

Kepercayaan: Kepercayaan terhadap produk halal terbentuk dari keyakinan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan, aman untuk dikonsumsi, dan berkualitas.

○ Faktor Sosial:

Pengaruh Keluarga dan Teman: Rekomendasi atau testimoni dari orang terdekat dapat sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tokoh Masyarakat: Pendapat atau dukungan dari tokoh masyarakat yang dihormati juga dapat meningkatkan kepercayaan pada produk halal.

Media Sosial: Media sosial dapat menjadi platform untuk menyebarkan informasi, ulasan, dan testimoni tentang produk halal, baik secara positif maupun negatif.



Regulasi dan Sertifikasi: Adanya regulasi yang jelas dan lembaga sertifikasi halal yang kredibel memberikan jaminan kehalalan produk, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kualitas Produk: Kualitas produk yang baik, termasuk rasa, tekstur, dan kemasan, juga berkontribusi pada kepercayaan konsumen.

Harga dan Citra Merek: Harga yang kompetitif dan citra merek yang positif juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil wawancara dengan beberapa subjek penelitian Sertifikasi halal memberikan manfaat besar bagi konsumen, terutama konsumen Muslim, dengan memberikan jaminan bahwa produk yang mereka konsumsi memenuhi standar halal. Produk yang memiliki sertifikat halal dan label halal dipercaya lebih aman dan sesuai dengan syariat Islam oleh konsumen, terutama konsumen muslim. Sertifikasi halal menjadi jaminan bahwa produk tersebut telah melalui proses pemeriksaan dan memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Berdasarkan hasil kajian pustaka ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM berlabel halal dipengaruhi oleh berbagai faktor, Pengetahuan dan Kesadaran Halal, Kepercayaan terhadap Kehalalan Produk, Kualitas Produk dan Keamanan Pangan, Harga, dan Faktor Psikologis dan Sosial. Bagi konsumen non-Muslim, label halal sering diidentifikasi sebagai jaminan produk yang higienis, yang dapat meningkatkan daya tariknya di pasar luas. Untuk mendukung pertumbuhan UMKM halal, diperlukan strategi pemasaran yang adaptif, serta regulasi yang mendorong edukasi konsumen tentang manfaat produk halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alnamira, Nurul K, Bahari, Fadhil M, Pani Akhiruddin S. (2024), *Kajian Literatur Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen terhadap Produk UMKM Berlabel Halal* , Dinamika Publik: Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis.
- Amelia, M. (2023). *Pengaruh kepercayaan konsumen dan halal awareness terhadap keputusan pembelian pada konsumen Muslim di restoran Pantai Pondok Permai* (Skripsi). Universitas Medan Area.
- Anan P.P, Novie A.Z, (2023), *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Produk Halal*, JIESP : Journal of Islamic Economics Studies and Practices, Program Studi Ekonomi Syariah STAI YPBWI Surabaya
- Astogini, D., Wahyudin, & Wulandari, S. Z., (2011) *Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 13, No. 1
- Hidayati, B. S. (2024). *Persepsi konsumen terhadap produk halal dari UMKM: Dampak terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS), Vol 4(4).
- Hayyun Durotul Faridah, Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi, *Journal of Halal Product and Research, Volume 2, Nomor 2, (Desember 2019)*
- Karimah, I., (2018) *Perubahan Kewenangan Lembaga-Lembaga yang Berwenang dalam Proses Sertifikasi Halal*, Jurnal Syariah Studi Hukum Islam, Vol. 1, No. 1,
- Larasati, A., Hati, S. R. H., & Safira, A. (2018). Religiusitas dan pengetahuan terhadap sikap dan intensi konsumen Muslim untuk membeli produk kosmetik halal. Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 8(2), 105-114..
- Liana, Y., Putri, I., Djafri, T., & Priyo, D. (2024). *Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada perusahaan Shopee*. Jurnal Ilmiah Ecobuss, Vol 12(1).
- Maghfiroh, U., & Setiawan, N. (2024). The Influence of Creativity and Product Innovation on MSME's Business Sustainability: A Qualitative Study on Ummina Halal Food Bekasi. Journal of Business Improvement, Vol 1(2).



- Putri, N. I., Mutia, A., & Saputra, O. (2023). *Pengaruh Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pempek Dua Putri Pada Masyarakat Muslim Kota Jambi*. Journal Sains Student Research, 1(2), 1031–1042.
- Rahayuningsih, E. & Ghozali, M. L., (2021), *Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 7, No.
- Satria, D., & Saputra, K. (2021). *Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Pembelian Produk Kosmetik Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI)*. Eklektik, 2(Spesial Issue),
- Segati, A. (2018), *Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 2.
- Subagyono, B. S. A., Silvia, F., Chumaida, Z. V., Usanti, T. P., & Aryatie, I. R. (2020). *Perlindungan konsumen Muslim atas produk halal*. Jakad Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Vol. 19). Alfabeta Bandung
- <https://halal.unair.ac.id>
- <https://www.kneks.go.id>