

Pengaruh Sertifikasi Dan Label Halal Terhadap Persepsi Kualitas Produk Makanan Di Kabupaten Sumbawa

Feri Irawan

STAI Nahdlatul Wathan Samawa Sumbawa Besar, NTB
feri.irawan@stainwsamawa.ac.id

Abstract: *The purpose of this study is to analyze the impact of halal certification and labeling on the perceived quality of food products in Sumbawa Regency. The research method used is a quantitative approach with survey techniques, where data is collected through questionnaires from 400 respondents spread across various markets and shopping centers. The results of multiple linear regression analysis show that halal certification and labeling have a significant effect on the perceived quality of food products. Halal certification is more influential (regression coefficient 0.456) than halal labeling (regression coefficient 0.389). This suggests that consumers tend to have more confidence in halal certification as a more in-depth quality assurance. The halal label, while serving as an important visual marker, does not provide the same quality assurance in the absence of formal certification. These findings suggest that manufacturers need to pay attention to the importance of obtaining legitimate halal certification to increase consumer confidence. In addition, the government and certification bodies should increase supervision of products in circulation with halal labels to ensure authenticity and compliance with halal standards. This research provides important information for manufacturers, consumers, and policy makers to support the growth of the halal industry.*

Keywords: *Halal certification, halal label, food products, consumers, Sumbawa Regency*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak sertifikasi dan label halal terhadap persepsi kualitas produk makanan di Kabupaten Sumbawa. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner dari 400 responden yang tersebar di berbagai pasar dan pusat perbelanjaan. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa sertifikasi dan label halal berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas produk makanan. Sertifikasi halal lebih berpengaruh (koefisien regresi 0,456) daripada label halal (koefisien regresi 0,389). Ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih percaya pada sertifikasi halal sebagai jaminan kualitas yang lebih mendalam. Label halal, meskipun berfungsi sebagai penanda visual yang penting, tidak memberikan jaminan kualitas yang sama tanpa adanya sertifikasi formal. Temuan ini menunjukkan bahwa produsen perlu memperhatikan pentingnya mendapatkan sertifikasi halal yang sah untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, pemerintah dan lembaga sertifikasi harus meningkatkan pengawasan terhadap produk yang beredar dengan label halal untuk memastikan keaslian dan kesesuaian dengan standar

halal. Penelitian ini memberikan informasi penting bagi produsen, konsumen, dan pembuat kebijakan untuk mendukung pertumbuhan industri halal.

Kata Kunci: *Sertifikasi halal, Label halal, Produk makanan, Konsumen, Kabupaten Sumbawa.*

PENDAHULUAN

Sertifikasi halal dan label halal sudah menjadi bagian penting dari industri makanan, tidak hanya di Indonesia tapi juga di seluruh dunia. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, permintaan akan produk halal di Indonesia terus meningkat. Ini berlaku terutama dalam sektor makanan, di mana konsumen Muslim selalu mencari produk yang memenuhi standar halal yang diakui secara resmi. Sertifikasi halal tidak hanya tentang pemenuhan persyaratan keagamaan, tetapi juga mencerminkan kualitas, kebersihan, dan keamanan produk. Di Kabupaten Sumbawa, mayoritas penduduk beragama Islam, label halal penting bagi masyarakat dalam memilih produk konsumsi (Aini et al., 2024).

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran konsumen terhadap label halal di Indonesia meningkat secara signifikan. Berdasarkan survei LPPOM MUI tahun 2020, lebih dari 70% konsumen di Indonesia menganggap sertifikasi halal penting dalam membeli produk, khususnya makanan. (*Rencana Strategis Bisnis BLU BPJPH Tahun 2020-2024_3ed5eee563.Pdf*, n.d.) Konsumen di Kabupaten Sumbawa juga mengikuti tren ini, di mana permintaan produk bersertifikasi halal terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda yang lebih sadar pentingnya kehalalan dan kualitas produk yang mereka konsumsi. Sertifikasi halal bukan hanya sebatas tanda kepatuhan terhadap hukum syariah, tetapi juga menjadi indikator kualitas produk yang lebih tinggi. Penelitian menunjukkan bahwa produk bersertifikasi halal memiliki standar yang lebih ketat dalam kebersihan, keamanan, dan proses produksi daripada produk non-halal. Di Kabupaten Sumbawa, banyak pelaku usaha makanan mulai menyadari betapa pentingnya sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan konsumen. Mereka berupaya untuk memperoleh sertifikasi untuk memenuhi permintaan pasar dan menjaga reputasi produk mereka (Harmen et al., 2024).

Persepsi kualitas produk sangat dipengaruhi oleh label halal. Konsumen mengaitkan label halal dengan produk yang aman dan bersih. Dalam penelitian oleh Hartono dan Kurniawan (2021), ditemukan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk makanan

meningkat ketika produk memiliki label halal. Konsumen merasa lebih percaya diri dalam mengonsumsi produk bersertifikasi halal karena label ini mencakup standar yang lebih ketat dalam pengolahan bahan baku dan proses produksi. Di Kabupaten Sumbawa, mayoritas penduduk sangat menghargai aspek religius dalam kehidupan sehari-hari, sehingga persepsi ini semakin kuat (Maharani & Silvia, 2019).

Keberadaan label halal meningkatkan nilai produk lokal. Dalam konteks Kabupaten Sumbawa, pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di bidang makanan mulai melihat potensi pasar yang lebih luas melalui sertifikasi halal. Data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumbawa (2022) menunjukkan bahwa permintaan produk bersertifikasi halal dari sektor UMKM meningkat sebesar 15% dalam lima tahun terakhir. Ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya memberikan jaminan religius, tetapi juga meningkatkan daya saing di pasar lokal dan nasional (Sulaiman et al., n.d.).

Namun, meskipun permintaan produk halal meningkat, masih ada tantangan dalam menerapkan sertifikasi halal di daerah pedesaan seperti Kabupaten Sumbawa. Biaya sertifikasi yang relatif tinggi, proses yang rumit, serta kurangnya informasi tentang pentingnya label halal menjadi kendala utama bagi banyak pelaku usaha kecil. Menurut Junaidi dan Pratama (2020), produsen lokal enggan mengejar sertifikasi halal karena kurangnya akses informasi dan fasilitas pendukung, meskipun mereka menyadari keuntungan potensialnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efek sertifikasi dan label halal terhadap pandangan terhadap kualitas produk makanan di Kabupaten Sumbawa. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun, belum ada banyak penelitian yang fokus pada dampaknya terhadap persepsi kualitas di pedesaan. Penelitian ini berfokus pada Kabupaten Sumbawa, yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan memiliki potensi besar dalam industri halal, terutama di sektor makanan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif untuk mengukur hubungan antara sertifikasi halal dan persepsi kualitas dengan lebih tepat (Sopingi et al., 2023).

Data yang dikumpulkan melalui survei dari konsumen lokal yang secara rutin membeli produk makanan di Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan bagi pelaku usaha makanan lokal untuk meningkatkan kualitas

produk melalui sertifikasi halal, serta memberikan masukan bagi pemerintah daerah dalam mendukung UMKM untuk mendapatkan sertifikasi tersebut (Refmasita et al., 2020).

Penelitian tentang persepsi kualitas dan sertifikasi halal sebagian besar dilakukan di kota-kota besar, dengan dinamika konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru tentang bagaimana label dan sertifikasi halal mempengaruhi persepsi konsumen pedesaan yang lebih konvensional di wilayah kabupaten Sumbawa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh sertifikasi dan label halal terhadap persepsi kualitas produk makanan di Kabupaten Sumbawa. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan hasil yang terukur, sistematis, dan obyektif dengan menggunakan data numerik (Bronz, 2019). Penelitian kuantitatif memungkinkan analisis hubungan antar variabel dan penerapan metode statistik untuk mendapatkan kesimpulan yang valid.

Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dan asosiatif. Deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik populasi dan variabel yang diteliti, sedangkan asosiatif bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel independen (sertifikasi dan label halal) terhadap variabel dependen (persepsi kualitas produk makanan). Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti dengan metode kuantitatif berbasis data (Creswell & Creswell, n.d.).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah konsumen produk makanan yang tinggal di Kabupaten Sumbawa, khususnya mereka yang mengonsumsi produk bersertifikat halal. Berdasarkan data BPS Kabupaten Sumbawa (2022), total populasi penduduk Muslim di Kabupaten Sumbawa mencapai 400.000 orang, dengan lebih dari 50% konsumen potensial produk halal (Bronz, 2012). Sampel penelitian diambil menggunakan metode purposive sampling, di mana hanya responden yang memahami dan memperhatikan label halal dalam membeli produk makanan yang dipilih. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Dengan margin error 5%, sekitar 400 responden dipilih sebagai sampel.

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner terstruktur dengan skala Likert 5 poin yang dibagi menjadi tiga bagian utama: (1) demografi responden, (2) persepsi konsumen terhadap sertifikasi dan label halal, dan (3) persepsi kualitas produk. Skala Likert 5 poin digunakan karena mampu memberikan data ordinal yang dapat diolah secara statistik dengan baik (Laili & Canggih, 2021).

Pengumpulan Data

Survei langsung dilakukan kepada konsumen di beberapa pasar tradisional dan pusat perbelanjaan di Kabupaten Sumbawa. Survei ini dilakukan selama dua bulan dengan bantuan enumerator yang dilatih. Untuk menjamin keakuratan dan kelengkapan data serta untuk mengurangi kesalahan interpretasi yang dilakukan responden, kuesioner langsung dipilih (Gregar, n.d.).

Teknik Analisis Data

Analisis statistik deskriptif dan inferensial digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang persepsi konsumen terhadap label halal dan kualitas produk. Selanjutnya, untuk mengetahui bagaimana label halal dan sertifikasi memengaruhi persepsi kualitas produk makanan, analisis regresi linear berganda digunakan. Dipilihnya model regresi ini karena dapat menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen sertifikasi dan label halal terhadap variabel dependen (persepsi kualitas) (Sopingi et al., 2023).

Persamaan model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$$

Di mana:

- Y = Persepsi kualitas produk
- X_1 = Sertifikasi halal
- X_2 = Label halal
- a = Konstanta
- b_1, b_2 = Koefisien regresi
- e = Error

Uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas juga dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi syarat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah label halal dan sertifikasi memengaruhi persepsi kualitas produk, hipotesis diuji. Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen diukur dengan uji-t parsial dan uji-F simultan. Tingkat signifikansi 0,05 digunakan untuk mengevaluasi (Covid, n.d.).

Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner dilakukan untuk memastikan kualitas data. Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi Pearson untuk memastikan apakah item dalam kuesioner benar-benar menggambarkan apa yang dimaksudkan. Di sisi lain, uji reliabilitas dilakukan dengan koefisien Alpha Cronbach, di mana nilai di atas 0,7 dianggap sebagai reliabel (Sujana & Agustian, 2013).

Etika Penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan etika penelitian yang berlaku. Semua responden diberi informasi tentang tujuan penelitian dan mereka diminta untuk berpartisipasi secara sukarela. Data yang dikumpulkan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya mencakup Kabupaten Sumbawa, jadi hasilnya mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasi ke wilayah lain di Indonesia dengan konsumen yang berbeda. Selain itu, penelitian ini hanya melihat apa yang dipikirkan konsumen dan tidak melihat bagaimana produsen atau pengusaha melakukan proses sertifikasi halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana persepsi konsumen tentang kualitas produk makanan di Kabupaten Sumbawa terhadap sertifikasi dan label halal. Data dikumpulkan dari survei terhadap 400 pelanggan di beberapa pasar tradisional dan pusat perbelanjaan Sumbawa. Hasil analisis statistik menggunakan regresi linear berganda mengungkapkan beberapa hasil penting, yang disajikan dalam bagian ini.

Karakteristik Responden

Tabel. 1 Karakteristik Responden.

No	Deskripsi	Jumlah (%)	Keterangan
1	Jenis Kelamin		
2	Perempuan	55%	
3	Laki-laki	45%	
4	Rentang Usia		
5	Usia 25-45 tahun	55%	Kelompok usia produktif
6	Preferensi Membeli Produk		
7	Pembeli produk bersertifikasi halal	80%	
8	Lebih memperhatikan kualitas dan harga	20%	
9			

Sumber Data : Hasil Survei yang diolah tahun 2024

Dari table tersebut terdapat 55% dari peserta adalah perempuan dan rentang usia 25 hingga 45 tahun, yang menunjukkan bahwa pembeli di kelompok usia produktif sangat memperhatikan label halal pada produk makanan. Selain itu, 80% dari peserta mengatakan mereka biasanya membeli produk bersertifikasi halal, sementara 20% lainnya mengatakan mereka lebih memperhatikan kualitas dan harga. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hamzah et al. (2023), yang menunjukkan bahwa perempuan dan generasi produktif lebih menyadari pentingnya produk halal daripada kelompok usia lainnya.

Analisis Deskriptif Persepsi Konsumen terhadap Sertifikasi dan Label Halal

Tabel 2. Deskriptif Persepsi Konsumen terhadap Sertifikasi dan Label Halal

No	Aspek	Jumlah Responden	Persentase (%)	Keterangan
1	Pentingnya Sertifikasi Halal	280	70%	Menganggap sertifikasi halal penting sebagai jaminan keamanan dan kesesuaian dengan syariat Islam
2	Dampak Label Halal pada Produk	272	68%	Berpendapat bahwa label halal membuat produk lebih baik dibandingkan produk tanpa label.

Dari tabel tersebut, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa 70% orang yang menjawab menganggap sertifikasi halal penting sebagai jaminan bahwa makanan mereka aman dan sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, 68% dari mereka mengatakan bahwa label halal membuat produk lebih baik dari produk tanpa label. Hasil ini sejalan dengan Rahman et al. (2022), yang menyatakan bahwa sertifikasi halal dilihat dari sudut pandang keagamaan dan sebagai tanda kualitas produk yang lebih baik (Dewi Samad, 2019).

Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel independen, yaitu persepsi kualitas, dan variabel dependen, diuji dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk makanan dipengaruhi secara signifikan oleh kedua variabel independen, dengan nilai F sebesar 45,876 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,432 menunjukkan bahwa sertifikasi dan label halal memengaruhi 43,2% variasi persepsi kualitas produk makanan. Variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini memengaruhi sisa variasi.

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda:

No	Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-statistik	Signifikansi
1	Sertifikasi Halal (X_1)	0,456	6,789	0,000
2	Label Halal (X_2)	0,389	5,234	0,000

Sumber Data : Diolah peneliti, 2024

Hasil menunjukkan bahwa, meskipun keduanya signifikan secara statistik, sertifikasi halal memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap persepsi kualitas (koefisien 0,456) daripada label halal (koefisien 0,389). Studi Yusof dan Halim (2023) mendukung temuan ini, mengatakan bahwa konsumen lebih mengandalkan sertifikasi halal sebagai bukti keaslian dan kualitas produk, sementara label halal hanyalah tambahan penting (Segati, 2018).

Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Persepsi Kualitas Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dengan koefisien 0,456, sertifikasi halal memiliki efek positif yang signifikan terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas produk makanan di Kabupaten Sumbawa. Artinya, semakin kuat kepercayaan konsumen terhadap sertifikasi halal, semakin baik persepsi mereka tentang kualitas produk tersebut. Ini sejalan dengan penelitian Abdullah et al. (2021), yang menyatakan bahwa pelanggan lebih cenderung menganggap barang bersertifikasi halal lebih bersih, aman, dan berkualitas tinggi (Hafizi & Athar, 2024).

Pengaruh Label Halal terhadap Persepsi Kualitas Produk

Dengan koefisien 0,389, pengujian regresi menunjukkan bahwa label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kualitas produk. Konsumen mengasosiasikan label halal dengan standar prosedur yang baik, meskipun pengaruh label ini lebih kecil daripada sertifikasi halal. Studi Noor dan Fauziah (2022) menemukan bahwa label halal

adalah komponen penting dalam meningkatkan persepsi kualitas, tetapi tidak sepenting sertifikasi halal.

Label halal, meskipun mempengaruhi persepsi kualitas, lebih dianggap sebagai penanda visual yang memudahkan pelanggan untuk membedakan produk halal. Namun, tanpa sertifikasi formal dari lembaga yang berwenang, label halal sendiri tidak cukup untuk menjamin kualitas produk. Oleh karena itu, produsen dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan persepsi kualitas produk dengan menggabungkan sertifikasi dan label halal (Faiq & Anwar, 2024).

Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memiliki konsekuensi yang signifikan bagi produsen makanan di Kabupaten Sumbawa. Produsen harus mempertimbangkan sertifikasi halal sebagai bagian dari rencana pemasaran produk mereka karena hal ini memenuhi persyaratan agama dan meningkatkan persepsi kualitas di mata pelanggan. Selain itu, label halal harus ditempatkan dengan jelas dan mencolok pada kemasan produk agar pelanggan lebih mudah memilih produk.

PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana sertifikasi halal dan label halal mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas produk makanan di Kabupaten Sumbawa. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas produk makanan. Bagian ini akan membahas hasil berdasarkan teori, data lapangan, dan penelitian sebelumnya.

Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Persepsi Kualitas Produk

Dengan koefisien regresi sebesar 0,456, hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas produk. Dengan kata lain, kepercayaan konsumen terhadap sertifikasi halal produk makanan terkait dengan persepsi kualitas produk tersebut. Dalam situasi ini, sertifikasi halal berfungsi sebagai bukti kepatuhan terhadap standar kualitas yang lebih ketat dan prosedur pengawasan yang lebih menyeluruh mulai dari bahan baku hingga proses produksi. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdullah et al. (2021), yang menyatakan bahwa pelanggan lebih cenderung menganggap barang yang disertifikasi halal sebagai aman, berkualitas tinggi, dan sesuai dengan syariat Islam.

Sertifikasi halal dianggap sebagai garansi kualitas selain aspek agama. Menurut Alhazmi dan Aldosary (2023), konsumen semakin menyadari bahwa sertifikasi halal terkait dengan standar kebersihan, keamanan pangan, dan kepatuhan terhadap peraturan yang lebih ketat. Sebagai contoh, sertifikasi halal diakui sebagai bagian dari sertifikasi keamanan pangan internasional di beberapa negara. Akibatnya, produk yang bersertifikat halal biasanya dikaitkan dengan kualitas yang lebih baik dalam hal kebersihan dan keamanan.

Pengaruh Label Halal terhadap Persepsi Kualitas Produk

Dengan koefisien regresi 0,389, label halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kualitas produk. Label halal sangat penting sebagai penanda visual yang membantu pelanggan memilih produk, meskipun pengaruhnya kurang dibandingkan sertifikasi halal. Sebagian besar pelanggan mempertimbangkan label halal saat memutuskan apa yang akan mereka beli, terutama ketika produk tidak halal tersedia di tempat lain. Ini diperkuat oleh penelitian Yusof dan Halim (2023), yang menemukan bahwa label halal adalah salah satu faktor visual utama yang memengaruhi keputusan pembelian, terutama di negara-negara dengan mayoritas Muslim seperti Indonesia.

Pengalaman pelanggan sebelumnya dan keyakinan bahwa barang berlabel halal telah melewati proses sertifikasi yang diakui oleh lembaga resmi menentukan persepsi kualitas produk halal. Selain itu, label halal memudahkan pelanggan untuk mengidentifikasi barang yang sesuai dengan keyakinan agama mereka tanpa harus mempelajari rincian bahan atau proses produksi yang kompleks. Oleh karena itu, label halal menjadi alat penting untuk pemasaran barang, menekankan aspek religius dan menciptakan persepsi kualitas yang baik (Resti, 2022).

Sertifikasi Halal Sebagai Tanda Jaminan Kualitas

Sertifikasi halal sekarang merupakan tanda kualitas yang lebih luas daripada hanya berfungsi sebagai penanda religius. Survei ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki standar kualitas yang lebih baik bagi banyak konsumen di Kabupaten Sumbawa. Menurut penelitian Firdaus et al. (2022), pelanggan di Indonesia umumnya percaya bahwa produk bersertifikat halal telah melalui pengawasan ketat dan memenuhi standar keamanan pangan internasional. Ini terutama penting di era globalisasi saat konsumen semakin terpapar pada produk dari berbagai negara dengan standar kualitas yang berbeda-beda.

Konsumen di daerah pedesaan, seperti di Kabupaten Sumbawa, lebih menyadari pentingnya sertifikasi halal. Studi yang dilakukan oleh Noor dan Fauziah (2022) menemukan bahwa masyarakat pedesaan yang biasanya bergantung pada produk lokal semakin memperhatikan hal-hal tentang halal, terutama karena meningkatnya kesadaran akan pentingnya kualitas dan keamanan makanan. Oleh karena itu, sertifikasi halal dapat membantu produsen lokal bersaing dengan produk impor yang lebih murah tetapi belum tentu memenuhi standar halal.

Perbandingan Sertifikasi dan Label Halal dalam Meningkatkan Persepsi Kualitas

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa sertifikasi halal memengaruhi persepsi kualitas lebih besar daripada label halal. Ini menunjukkan bahwa, meskipun label halal penting sebagai penanda visual, sertifikasi halal memberikan jaminan yang lebih kuat tentang kualitas produk karena melibatkan proses pengawasan yang ketat oleh lembaga resmi. Label halal hanya dapat ditempelkan tanpa disertai dengan sertifikasi yang sah. Studi yang dilakukan oleh Syamsul (2023) menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh yang lebih besar di mata pelanggan, terutama di kalangan Muslim yang menyadari pentingnya memastikan konsumsi halal.

Dimungkinkan bahwa perbedaan pengaruh ini disebabkan oleh pelanggan yang semakin berhati-hati saat memilih produk, terutama setelah banyaknya produk yang dilabelkan sebagai halal palsu muncul di pasar. Akibatnya, pelanggan lebih percaya pada barang yang memiliki sertifikat halal resmi daripada hanya mengandalkan label yang ada di kemasan. Hal ini mendukung hasil penelitian Alhazmi dan Aldosary (2023), yang menyatakan bahwa pembeli yang lebih berpendidikan cenderung lebih memperhatikan label halal dan mencari barang dengan sertifikasi yang jelas.

Keterbatasan Label Halal sebagai Penanda Kualitas

Studi ini menunjukkan bahwa, meskipun label halal berpengaruh terhadap persepsi kualitas, label halal sendiri mungkin tidak cukup untuk menjamin kualitas secara keseluruhan. Label halal seringkali hanya digunakan sebagai alat pemasaran tanpa diikuti oleh proses sertifikasi yang ketat, sehingga konsumen dapat menjadi tidak percaya jika mereka menemukan bahwa produk yang dilabelkan halal tidak memenuhi standar yang mereka harapkan. Menekankan betapa pentingnya label dan sertifikasi halal digabungkan untuk menghindari label palsu (Qomaro, 2018).

Implikasi Temuan bagi Produsen dan Pembuat Kebijakan

Hasil penelitian ini memiliki konsekuensi yang signifikan bagi produsen makanan di Kabupaten Sumbawa. Produsen harus memastikan bahwa label halal yang mereka gunakan benar-benar mencerminkan proses sertifikasi halal yang sah. Ini sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan persepsi kualitas produk. Selain itu, pemerintah daerah dan lembaga sertifikasi harus lebih aktif mengawasi untuk memastikan bahwa semua produk yang dilabelkan halal telah melewati proses sertifikasi yang tepat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran konsumen sangat pentingnya sertifikasi halal telah meningkat, yang memberi produsen peluang untuk memasarkan produk mereka dengan lebih baik. Ini berlaku di pasar yang memiliki mayoritas pembeli Muslim seperti Kabupaten Sumbawa.

KESIMPULAN

Menurut penelitian yang dilakukan di Kabupaten Sumbawa tentang bagaimana sertifikasi dan label halal memengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas produk makanan, dapat disimpulkan bahwa baik sertifikasi maupun label halal memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi kualitas konsumen. Konsumen lebih mempercayai sertifikasi halal karena dianggap sebagai jaminan kualitas yang lebih lengkap dan diawasi. Studi ini juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai alat untuk mematuhi agama dan menunjukkan kualitas produk dalam hal keamanan dan kebersihan. Label halal, meskipun efektif sebagai alat pemasaran, harus didukung oleh sertifikasi halal yang sah untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk.

REKOMENDASI

Bagi Produsen

Disarankan agar produsen makanan di Kabupaten Sumbawa mendapatkan sertifikasi halal resmi dari lembaga berwenang. Sertifikasi halal dapat berfungsi sebagai jaminan kualitas yang dapat meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional. Produsen harus memastikan label halal pada produk mereka sesuai dengan proses sertifikasi yang sah, sehingga tidak merusak reputasi dan kepercayaan pelanggan.

Bagi Pemerintah Daerah dan Lembaga Sertifikasi

Disarankan agar pemerintah daerah dan lembaga sertifikasi halal meningkatkan pengawasan terhadap barang yang beredar dengan label halal. Peraturan yang ketat dan

sistem pengawasan yang lebih baik akan memastikan bahwa setiap produk dengan label halal telah melalui proses sertifikasi yang sesuai dengan standar. Selain itu, konsumen harus lebih dididik tentang pentingnya membeli barang yang disertifikasi halal.

Bagi Konsumen

Orang-orang yang membeli makanan harus mempertimbangkan apakah produk tersebut memiliki sertifikasi halal yang sah, bukan hanya label halal. Mereka juga harus lebih cerdas tentang fakta bahwa sertifikasi halal dapat memberikan jaminan lebih kuat tentang kualitas dan keamanan produk.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Terlepas dari jenis produk yang diteliti, penelitian ini masih terbatas. Untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan memperluas cakupan wilayah dan meneliti jenis produk lainnya. Peneliti juga bisa melihat bagaimana faktor lain, seperti promosi, harga, dan merek, memengaruhi persepsi pelanggan tentang produk halal.

REFERENSI

- Abdullah, R., Hamid, S. A., & Zakaria, Z. (2021). The Role of Halal Certification in Improving Consumer Trust in Food Products. *Journal of Halal Studies*, 10(2), 145-160.
- Aini, A. Q., Novaria, D., & Marlina, L. (2024). *Analisis Dampak Sertifikasi Halal Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Umkm Pisang Lumer Di Kota Tasikmalaya*. 10(6).
- Alhazmi, M., & Aldosary, S. (2023). The Global Expansion of Halal Certification: Ensuring Food Quality and Safety. *International Journal of Halal Research*, 12(1), 25-40.
- Brondz, I. (2012). Analytical Methods in Quality Control of Scientific Publications. *American Journal of Analytical Chemistry*, 03(06), 443-447. <https://doi.org/10.4236/ajac.2012.36058>
- BPS Kabupaten Sumbawa. (2022). Laporan Statistik Penduduk dan Ekonomi Kabupaten Sumbawa. Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumbawa.
- Brondz, I. (2019). Analytic Methods for Quality Control of Scientific Publications Part VI: Presentation in Research Gate, Journal Indexing, and Recognition. *International Journal of Analytical Mass Spectrometry and Chromatography*, 07(04), 37-44. <https://doi.org/10.4236/ijamsc.2019.74005>
- Covid, P. (n.d.). *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Makanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Suatu Kajian Pada Umkm Kota Banda Aceh)*.
- Creswell, J. W. (2021). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.

- Dewi Samad, T. F. (2019). Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen pada Restoran Pizza Hut dan KFC di Yogyakarta. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.7960>
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumbawa. (2022). Laporan Tahunan 2022. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumbawa.
- Faiq, M. A., & Anwar, M. K. (2024). *Pengaruh Sertifikat Halal, Viral Marketing, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue*. 7.
- Firdaus, H., Kusuma, T., & Ardi, H. (2022). Label Halal dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan: Studi Kasus di Indonesia. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis Syariah*, 5(3), 98-110.
- Firdaus, H., Kusuma, T., & Ardi, H. (2022). Label Halal dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan: Studi Kasus di Indonesia. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis Syariah*, 5(3), 98-110.
- Fowler, F. J. (2022). *Survey Research Methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Gregar, J. (n.d.). *Research Design (Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches)*. *Research Design*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizi, M. A., & Athar, H. S. (2024). Pengaruh Sertifikat Halal, Legalitas Usaha, dan Kualitas Kemasan dalam Membentuk Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue Dikota Mataram. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 5(1), 100–105. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v5i1.578>
- Harmen, H., Indriani, R., Alfahmi, F., & Kristin, O. V. (2024). *Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Halal Terhadap Perkembangan Umkm Di Bangkalan*. 9(3).
- Hamzah, M., Kurniawati, S., & Fauziah, N. (2023). Gender Differences in Halal Food Consumption Patterns. *International Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 88-102.
- Hartono, B., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Label Halal terhadap Persepsi Kualitas Produk Makanan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 14(2), 112-120.
- Junaidi, R., & Pratama, H. (2020). Tantangan dan Peluang Sertifikasi Halal bagi UMKM di Daerah Pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(3), 55-65.
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(6), 743. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- LPPOM MUI. (2020). *Laporan Survei Kesadaran Halal Konsumen Indonesia*. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia.
- Maharani, N. K., & Silvia, A. (2019). ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL. *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 3(1), 81–94. https://doi.org/10.22236/alurban_vol3/is2pp1-11
- Noor, S., & Fauziah, R. (2022). Label Halal sebagai Indikator Kualitas Produk Makanan: Tinjauan Empiris di Wilayah Pedesaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Syariah*, 7(1), 60-74.
- Qomaro, G. W. (2018). Sertifikasi Halal Dalam Persepsi Konsumen Pada Produk Pangan di Kabupaten Bangkalan. *KABILAH: Journal of Social Community*, 3(2), 241–251. <https://doi.org/10.35127/kbl.v3i2.3412>

- Rahman, D., Setiawan, T., & Subagio, A. (2022). The Impact of Halal Labeling on Consumer Buying Decisions: A Study of Indonesian Millennials. *Journal of Islamic Business and Economics*, 12(3), 112-125.
- Rahman, D., Setiawan, T., & Subagio, A. (2022). The Impact of Halal Labeling on Consumer Buying Decisions: A Study of Indonesian Millennials. *Journal of Islamic Business and Economics*, 12(3), 112-125.
- Rahman, M., & Setiawan, D. (2023). Hubungan Antara Sertifikasi Halal dan Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Syariah*, 9(1), 33-45.
- Refmasita, A. N., Amar, F., & Larasati, M. (2020). *Label Halal dan Kualitas Produk Obat terhadap Minat Beli Obat pada Mahasiswa Feb Uhamka*. 4.
- Ridwan, Firdaus, A., & Yasid, M. (2019). SIKAP, SUBYEKTIF NORMAL, DAN PENGENDALIAN DIRI UNTUK TERHADAP KINERJA AGEN PEMASARAN PRODUK HARTAL MART. *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 3(2), 164–179. https://doi.org/10.22236/alurban_vol3/is2pp164-179
Rencana_Strategis_Bisnis_BLU_BPJPH_Tahun_2020_2024_3ed5eee563.pdf. (n.d.).
- Resti, A. A. (2022). Persepsi Generasi Milenial dalam Memilih Produk Bersertifikat Halal di Jakarta. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 57–70. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.533>
- Segati, A. (2018). Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.175>
- Syahrul, M. (2021). Pentingnya Sertifikasi Halal dalam Industri Makanan di Indonesia. *Jurnal Industri Halal*, 3(2), 45-54.
- Syamsul, R. (2023). Understanding the Importance of Halal Certification for Consumer Confidence in the Food Industry. *Journal of Halal Science and Technology*, 6(2), 121-135.
- Syamsul, R. (2023). Understanding the Importance of Halal Certification for Consumer Confidence in the Food Industry. *Journal of Halal Science and Technology*, 6(2), 121-135.
- Sopingi, I., Santoso, R. P., & Haryanti, P. (2023). *Kualitas Produk Dan Harga Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Labelisasi Halal*. 7.
- Sujana, S., & Agustian, E. (2013). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(2), 169–178. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.264>
- Sulaiman, D. H., Taufik, R., & Shadiq, T. F. (n.d.). *Analisis Sertifikasi Halal, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Halal*.
- Yusuf, H., & Halim, M. (2023). Consumer Perception towards Halal Certification and Label: Evidence from Rural and Urban Settings. *International Journal of Halal Research*, 11(4), 210-225.
- Yusuf, H., & Halim, M. (2023). Consumer Perception towards Halal Certification and Label: Evidence from Rural and Urban Settings. *International Journal of Halal Research*, 11(4), 210-225.
- Yusuf, A., & Hanafi, I. (2022). Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Makanan di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 11(4), 99-110.