

**DAMPAK SERTIFIKASI HALAL PADA UMKM UNTUK
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
DI KOTA TASIKMALAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Fakultas Syariah Universitas KH. Abdul Chalim

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana

Ekonomi Syariah

Oleh :

Neng Atsnaa Muhaapilah

NIM : 20201700229032

Dosen Pembimbing :

Sundari, M.Pd

NIDN : 2125118702

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2024

ABSTRAK

Atsnaa, Neng Muhaapilah. 2024, Dampak Sertifikasi Halal Pada UMKM Untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Di Kota Tasikmalaya,
Skripsi Prodi Ekonomi Syariah Universitas KH. Abdul Chalim,
Pembimbing: Sundari, M.Pd

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, UMKM, Kepercayaan Konsumen

Sertifikat halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (JPH) berdasarkan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Hal ini menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing di pasar internasional. Melalui sertifikasi halal kita dapat mewujudkan kemaslahatan, karena Islam mengharuskan umatnya untuk menjaga kepentingan, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Tasikmalaya. Mengingat pentingnya aspek kehalalan dalam konsumsi produk makanan dan minuman di Indonesia, khususnya bagi konsumen muslim. Sertifikasi halal menjadi salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara yang mendalam dengan pemilik UMKM dan konsumen di Kota tasikmalaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan Dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan konsumen muslim di Kota Tasikmalaya. Konsumen menganggap bahwa produk dengan sertifikasi halal lebih terpercaya dan aman untuk dikonsumsi. Selain itu, pemilik UMKM yang telah memperoleh sertifikasi halal melaporkan peningkatan dalam loyalitas pelanggan dan penjualan produk. Proses mendapatkan sertifikasi halal juga mendorong UMKM untuk meningkatkan standar kualitas dan kebersihan produk mereka. Temuan ini mengindikasikan bahwa sertifikasi halal memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah dan pelaku UMKM, mengenai pentingnya sertifikasi halal dalam mengembangkan usaha dan memperkuat hubungan dengan konsumen.

ABSTRACT

Atsnaa, Neng Muhaapilah. 2024, **The Impact of Halal Certification on MSMEs to Increase Consumer Trust in Tasikmalaya City**, Thesis of Sharia Economics Study Program, KH University. Abdul Chalim, Supervisor: Sundari, M.Pd

Keywords: Halal Certification, MSMEs, Consumer Trust

A halal certificate is a recognition of the halalness of a product issued by the Halal Product Assurance Agency (JPH) based on a written fatwa of the Indonesia Ulema Council (MUI) which states the halalness of a product in accordance with Islamic law. This is one of the important aspects in increasing competitiveness in the international market. Through halal certification we can realize benefits, because Islam requires its people to maintain interests, both for themselves and for others.

This study aims to explore the impact of halal certification in increasing consumer confidence in products produced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tasikmalaya City. Considering the importance of halal aspects in the consumption of food and beverage products in Indonesia, especially for Muslim consumers. Halal certification is one of the key factors that affect purchasing decisions. This study uses a qualitative method with a case study approach. Data was collected through in-depth interviews with MSME owners and consumers in Tasikmalaya City.

The results of the study show that halal certification has a positive impact on increasing the trust of Muslim consumers in Tasikmalaya City. Consumers consider that products with halal certification are more reliable and safe to consume. In addition, MSME owners who have obtained halal certification reported an increase in customer loyalty and product sales. The process of obtaining halal certification also encourages MSMEs to improve the quality and hygiene standards of their products. These findings indicate that halal certification plays an important role in building consumer trust. Therefore, this finding is expected to provide insight for stakeholders, including local governments and MSME actors, regarding the importance of halal certification in developing businesses and strengthening relationships with consumers.

خلاصة

أتسنا ، نينغ موهايبيل. 2024 ، تأثير شهادة الحلال على الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لزيادة ثقة المستهلك في مدينة تاسيكمالايا ، أطروحة برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي ، جامعة KH. عبد الحليم ، المشرف: سونداري ، M.Pd

الكلمات المفتاحية: شهادة الحلال ، الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ، ثقة المستهلك

شهادة الحلال هي اعتراف بحلالة منتج صادر عن وكالة ضمان المنتجات الحلال (JPH) بناء على فتوى مكتوبة صادرة عن مجلس العلماء الإندونيسي (MUI) والتي تنص على حلالة المنتج وفقا للشريعة الإسلامية. هذا هو أحد الجوانب الهامة في زيادة القدرة التنافسية في السوق الدولية. من خلال شهادة الحلال يمكننا تحقيق الفوائد ، لأن الإسلام يتطلب من شعبه الحفاظ على مصالحهم ، سواء لأنفسهم أو للآخرين .

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير شهادة الحلال في زيادة ثقة المستهلك في المنتجات التي تنتجها الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (MSMEs) في مدينة تاسيكمالايا. النظر في أهمية الجوانب الحلال في استهلاك المنتجات الغذائية والمشروبات في إندونيسيا ، وخاصة بالنسبة للمستهلكين المسلمين. شهادة الحلال هي أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على قرارات الشراء. تستخدم هذه الدراسة طريقة نوعية مع نهج دراسة الحالة. تم جمع البيانات من خلال مقابلات متعمقة مع أصحاب المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة والمستهلكين في مدينة تاسيكمالايا.

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
Mojokerto

تظهر نتائج الدراسة أن شهادة الحلال لها تأثير إيجابي على زيادة ثقة المستهلكين المسلمين في مدينة تاسيكمالايا. يعتبر المستهلكون أن المنتجات الحلال على شهادة الحلال أكثر موثوقية وأمانا للاستهلاك. بالإضافة إلى ذلك ، أبلغ أصحاب المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الذين حصلوا على شهادة الحلال عن زيادة في ولاء العملاء ومبيعات المنتجات. كما تشجع عملية الحصول على شهادة الحلال الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة على تحسين معايير الجودة والنظافة لمنتجاتها. تشير هذه النتائج إلى أن شهادات الحلال تلعب دورا مهما في بناء ثقة المستهلك. لذلك، من المتوقع أن توفر هذه النتيجة نظرة ثاقبة لأصحاب المصلحة، بما في ذلك الحكومات المحلية والجهات الفاعلة في المشاريع المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، فيما يتعلق بأهمية شهادة الحلال في تطوير الأعمال وتعزيز العلاقات مع المستهلكين.