



# Merek, Kualitas dan Label Halal: Strategi Baru Bangkitkan Minat Beli Generasi Muda

Nama Penulis: Aufa Rizka Azzumi, UIN Raden Mas Said Surakarta

## Ringkasan

Policy brief ini membahas pentingnya meningkatkan kesadaran dan keputusan pembelian produk halal di kalangan mahasiswa Muslim Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara citra merek dan kualitas produk halal memiliki pengaruh positif yang kuat. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung lebih memperhatikan faktor merek dan kualitas daripada label halal, yang berpotensi mengabaikan aspek kehalalan produk. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi dan regulasi yang lebih efektif untuk meningkatkan pemahaman dan kepedulian terhadap produk halal, serta mendorong industri untuk memperkuat citra merek dan kualitas produk halal. Kebijakan yang tepat dapat mendukung terciptanya ekosistem halal yang berkelanjutan dan responsif terhadap kebutuhan konsumen Muslim

**Kata kunci:** *policy brief*, produk halal, keputusan pembelian, mahasiswa, kebijakan

## Isu Kunci

Policy Brief ini memuat poin-poin penting sebagai berikut:

- Label halal tidak signifikan mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa Muslim.
- Citra merek dan kualitas produk halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- Kurangnya kesadaran akan pentingnya label halal berpotensi mengabaikan aspek kehalalan produk.
- Perlu adanya edukasi dan regulasi untuk meningkatkan pemahaman konsumen tentang produk halal.
- Industri perlu memperkuat citra merek dan kualitas produk halal untuk meningkatkan daya saing.

## Pendahuluan

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi pasar produk halal yang sangat besar. Namun, penelitian ini mengungkapkan bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Muslim. Sebaliknya, citra merek dan kualitas produk halal menjadi faktor dominan. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung mengabaikan aspek kehalalan produk, yang dapat berimplikasi pada konsumsi produk yang tidak memenuhi syarat halal. Kondisi ini memerlukan perhatian serius dari pemerintah, industri, dan lembaga keagamaan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan terhadap prinsip halal. Policy brief ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian produk halal melalui pendekatan edukasi, regulasi, dan penguatan merek.

## Pembahasan

### **Pengaruh Label Halal yang Tidak Signifikan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini diduga disebabkan oleh persepsi mahasiswa yang menganggap produk-produk yang beredar sudah halal, sehingga label halal dianggap tidak perlu diperhatikan. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang pentingnya label halal juga menjadi faktor penyebab.

### **Dominannya Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk**

Citra merek dan kualitas produk halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Mahasiswa cenderung memilih produk dengan merek yang sudah dikenal dan dianggap berkualitas, tanpa mempertimbangkan aspek kehalalan secara mendalam.

### **Implikasi terhadap Kebijakan**

Temuan ini mengindikasikan perlunya kebijakan yang tidak hanya fokus pada sertifikasi halal, tetapi juga pada penguatan citra merek dan kualitas produk. Edukasi tentang pentingnya memastikan kehalalan produk juga perlu ditingkatkan, terutama di kalangan generasi muda.

## Rekomendasi

### **Edukasi dan Sosialisasi:**

Pemerintah bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI) perlu meningkatkan kampanye edukasi tentang pentingnya mengonsumsi produk halal, terutama di kalangan mahasiswa. Sosialisasi dapat dilakukan melalui media sosial, seminar, dan integrasi materi halal dalam kurikulum pendidikan.

### **Penguatan Regulasi:**

Pemerintah perlu memperketat regulasi dan pengawasan terhadap pencantuman label halal, serta memberikan sanksi tegas bagi pelaku usaha yang tidak mematuhi ketentuan halal.

**Peran Industri:**

Industri harus memperkuat citra merek dan kualitas produk halal melalui inovasi dan strategi pemasaran yang tepat. Sertifikasi halal harus dijadikan sebagai nilai tambah yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

**Kolaborasi Lintas Sektor:**

Pemerintah, industri, dan akademisi (termasuk perguruan tinggi seperti UIN Raden Mas Said Surakarta) perlu berkolaborasi dalam mengembangkan ekosistem halal yang berkelanjutan, termasuk melalui penelitian dan pengembangan produk halal yang kompetitif.

**Kesimpulan**

Keputusan pembelian produk halal di kalangan mahasiswa Muslim lebih dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk daripada label halal. Kondisi ini mengindikasikan perlunya perubahan pendekatan dalam kebijakan dan strategi pemasaran produk halal. Tanpa intervensi yang tepat, konsumen berisiko mengabaikan aspek kehalalan produk, yang dapat berdampak pada tidak terpenuhinya prinsip konsumsi halal dalam Islam. Oleh karena itu, kebijakan yang holistik dan terintegrasi diperlukan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan terhadap produk halal.

**Ucapan Terimakasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah mendukung penyusunan policy brief ini. Policy brief ini merupakan bagian dari kontribusi akademik untuk pengembangan kebijakan produk halal di Indonesia.

**References/more information**

- Aziz, A. Y. & Chok, N. V., The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslim's Purchasing Intention, 3rd International Conference on Business and Economic Research, 2013.
- Kotler, P., Prinsip-prinsip Pemasaran, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Tjiptono, F., Strategi Pemasaran, Edisi 3, Yogyakarta: Andi, 2008.
- LPPOM MUI, Panduan Umum Sistem Jaminan Halal, Jakarta: Majelis Ulama Indonesia, 2008.



HALAL



Policy Brief Agama dan Ilmu Sosial merupakan upaya mengantarmukakan riset dan kebijakan (*research-policy interface*) untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang inklusif dan masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai agama. Media ini dikelola oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) UIN Raden Mas Said Surakarta. Substansi policy brief menjadi tanggung jawab penulis sepenuhnya dan tidak mewakili pandangan UIN Raden Mas Said Surakarta.

ISSN 3123-1659

