

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul “kesadaran konsumen terhadap produk makanan snack UMKM bersertifikasi halal di Kota Bandung“, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dilihat dari persepsi konsumen terhadap kriteria makanan snack halal, terdapat 3 pernyataan yang mendominasi dalam kriteria makanan snack halal yaitu ada label halal MUI, tidak ada kandungan babi dan turunannya dan tidak mengandung alkohol. Ketiga kriteria tersebut merupakan kriteria utama bagi konsumen dalam memilih produk makanan snack halal. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dasar konsumen terhadap produk makanan snack halal sudah cukup paham.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran konsumen terhadap produk makanan snack UMKM bersertifikasi halal di Kota Bandung terdapat 5 variabel yang berpengaruh signifikan pada hasil uji t dengan nilai t hitung yaitu keyakinan agama, peran sertifikasi halal, alasan kesehatan, paparan informasi dan *self identity*.
3. Dilihat pada garis kontinum, tingkat kesadaran konsumen terhadap produk makanan snack UMKM bersertifikasi halal di Kota Bandung sudah sangat tinggi.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis, setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi para perusahaan produk makanan sebaiknya mempertimbangkan keenam faktor yang sudah diteliti pada penelitian ini yakni keyakinan agama, sertifikasi halal, paparan informasi, alasan kesehatan, *self identity*, dan kesadaran halal pada produk yang dipasarkannya. Hal ini dikarenakan Muslim pada masa era ini bukan hanya sekedar menjadi umat agama Islam, melainkan konsumen atau pasar potensial produk makanan halal.
2. Perlunya menguatkan keyakinan agama dengan mempertimbangkan kehalalan dalam mengonsumsi produk makanan yang beredar di pasaran. Agar konsumen dapat lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih produk makanan yang akan dikonsumsi.
3. Sertifikasi halal merupakan aspek yang sangat penting, sehingga bagi perusahaan makanan hendaknya perlu memastikan bahwa tidak hanya produknya yang halal. Melainkan, perlu diiringi juga dengan proses produksi yang halal. Mulai dari halal dari dzatnya, cara memperolehnya, memprosesnya, penyimpanannya, pengangkutannya, hingga penyajiannya.
4. Perlunya peningkatan paparan informasi yang lebih mendetail seputar produk makanan halal melalui berbagai media. Agar konsumen yang masih awam dapat tercerdaskan dan sadar dengan apa yang dikonsumsi.
5. Perlunya mengedukasi konsumen terkait manfaat dari mengonsumsi produk makanan halal terhadap kesehatan. Agar konsumen semakin yakin dan sadar bahwa dengan mengonsumsi produk makanan halal memiliki pengaruh yang baik terhadap kesehatan tubuh.

6. Perlunya konsumen untuk memahami konsep *self identity* sebagai muslim. Sehingga konsumen mampu mengaplikasikan apa yang dipahaminya dalam kehidupan sehari-hari.
7. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi yang terdapat pada penelitian ini. Sampel yang digunakan usahakan lebih banyak dari penelitian ini. Supaya penelitian selanjutnya, dapat memberikan gambaran dengan lebih spesifik terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran konsumen terhadap produk makanan snack UMKM bersertifikasi halal di Kota Bandung.
8. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti faktor-faktor lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan, pengaruh variabel yang diteliti sebesar 58,7%, sedangkan sisanya 41,3% terdapat variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.