



## PERBANDINGAN PRAKTIK BISNIS MAKANAN HALAL DAN NON HALAL DI KOTA MEDAN

Tengku Ayu Aisyah Putri<sup>1</sup>, Wulansari<sup>2</sup>, Untsa Nashira<sup>3</sup>, Zainarti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jln. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Timur, Medan Sumatera Utara, Indonesia

Korespondensi Penulis: [tengkuayuaisahputri@gmail.com](mailto:tengkuayuaisahputri@gmail.com)

**Abstract.** *The development of the culinary business in Medan City is characterized by the coexistence of halal and non-halal food businesses operating side by side. This condition leads to differences in the business practices implemented by traders, particularly in terms of raw materials, processing methods, and transparency of information provided to consumers. This study aims to analyze and compare the business practices of halal and non-halal food traders in Medan City. The research employs a descriptive comparative approach, with halal and non-halal food traders as the main research subjects, supported by consumer perception data as supplementary data. Data collection techniques include questionnaires, observations, and literature studies. The results indicate that halal food business practices place greater emphasis on compliance with sharia principles, hygiene, and transparency, whereas non-halal food business practices tend to be more flexible in the use of raw materials and production processes. This study is expected to contribute to the development of ethical and sustainable culinary businesses in Medan City.*

**Keywords:** *Business Practices; Halal Food; Non-Halal Food; Traders; Medan City.*

**Abstrak.** Perkembangan bisnis kuliner di Kota Medan ditandai dengan keberadaan usaha makanan halal dan non halal yang beroperasi secara berdampingan. Kondisi ini menimbulkan perbedaan dalam praktik bisnis yang dijalankan oleh para pedagang, terutama terkait bahan baku, proses pengolahan, serta transparansi informasi kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan praktik bisnis makanan halal dan non halal di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif komparatif dengan subjek penelitian berupa pedagang makanan halal dan non halal, serta didukung oleh data persepsi konsumen sebagai data pendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik bisnis makanan halal lebih menekankan aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah, kebersihan, dan transparansi, sedangkan praktik bisnis makanan non halal cenderung lebih fleksibel dalam penggunaan bahan baku dan proses produksi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan bisnis kuliner yang beretika dan berkelanjutan di Kota Medan.

**Kata Kunci:** praktik bisnis, makanan halal, makanan non halal, pedagang, Kota Medan.

### PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang mengalami perkembangan pesat di Kota Medan. Hal ini tidak terlepas dari karakteristik Kota Medan sebagai kota multikultural yang dihuni oleh masyarakat dengan beragam latar belakang budaya, etnis, dan agama. Keberagaman tersebut mendorong munculnya berbagai jenis usaha kuliner dengan variasi makanan yang sangat beragam, termasuk makanan halal dan non halal, yang masing-masing memiliki pangsa pasar tersendiri.

Usaha makanan halal pada umumnya ditujukan bagi konsumen Muslim yang memiliki perhatian khusus terhadap aspek kehalalan produk, baik dari segi bahan baku, proses pengolahan, maupun penyajiannya. Sementara itu, usaha makanan non halal menyasar segmen pasar tertentu dengan karakteristik dan preferensi yang berbeda, terutama konsumen yang tidak terikat pada ketentuan kehalalan. Perbedaan sasaran pasar ini menjadi faktor penting yang memengaruhi strategi dan praktik bisnis yang dijalankan oleh para pedagang kuliner.

Perbedaan jenis usaha tersebut berdampak langsung pada praktik bisnis yang diterapkan oleh pedagang. Pedagang makanan halal dituntut untuk memastikan kehalalan bahan baku, menjaga kebersihan dan keamanan proses produksi, serta memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada konsumen. Di sisi lain, pedagang makanan non halal tidak terikat pada ketentuan syariah, sehingga memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam penggunaan bahan dan proses pengolahan makanan. Perbedaan praktik ini mencerminkan bagaimana pedagang menyesuaikan usahanya dengan kebutuhan dan karakteristik pasar yang dituju.

Penelitian mengenai praktik bisnis makanan halal dan non halal menjadi penting karena berkaitan erat dengan kepercayaan konsumen, penerapan etika bisnis, serta keberlanjutan usaha kuliner. Praktik bisnis yang sesuai dengan nilai etika dan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan loyalitas konsumen serta memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai praktik bisnis kedua jenis usaha tersebut perlu dilakukan secara sistematis.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada perbandingan praktik bisnis pedagang makanan halal dan non halal di Kota Medan. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi bagaimana praktik bisnis pedagang makanan halal, bagaimana praktik bisnis pedagang makanan non halal, serta apa saja perbedaan praktik bisnis antara keduanya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membandingkan praktik bisnis yang diterapkan oleh pedagang makanan halal dan non halal di Kota Medan, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan bisnis kuliner yang beretika dan berkelanjutan.

## **KAJIAN TEORI**

### **Praktik Bisnis**

Praktik bisnis merupakan seluruh aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, penetapan harga, hingga pelayanan kepada konsumen (Wahyuni, 2024). Praktik bisnis yang baik tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek etika, kejujuran, dan tanggung jawab sosial terhadap konsumen dan lingkungan (SITI, 2024).

### **Makanan Halal dan Non Halal**

Makanan halal adalah makanan yang diperbolehkan untuk dikonsumsi menurut syariat Islam, baik dari segi bahan baku, proses pengolahan, maupun penyajiannya (Perdani, 2022). Sebaliknya, makanan non halal merupakan makanan yang tidak memenuhi ketentuan tersebut, baik karena penggunaan bahan yang diharamkan maupun proses pengolahan yang tidak sesuai dengan syariat. Dalam konteks bisnis, perbedaan antara makanan halal dan non halal memengaruhi cara pedagang mengelola usaha, mulai dari pemilihan bahan hingga penyampaian informasi kepada konsumen (Ummah, 2023).

### **Praktik Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Dalam perspektif ekonomi Islam, praktik bisnis harus didasarkan pada prinsip kejujuran, keadilan, dan keberkahan. Aktivitas bisnis tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai syariah dan etika (Budi Februari, 2024). Praktik bisnis makanan halal, dengan demikian, tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban religius, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta menciptakan hubungan bisnis yang berkelanjutan (Silviah, 2022).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif komparatif yang bertujuan untuk membandingkan praktik bisnis makanan halal dan non halal. Penelitian dilaksanakan di Kota Medan dengan subjek penelitian berupa pedagang makanan halal dan non halal. Selain itu, konsumen dilibatkan sebagai responden pendukung untuk memberikan penilaian terhadap praktik bisnis yang dijalankan oleh para pedagang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, observasi langsung terhadap praktik bisnis pedagang, serta studi pustaka untuk memperkuat landasan teoritis penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan praktik bisnis makanan halal dan non halal berdasarkan indikator bahan baku, proses pengolahan, kebersihan, dan transparansi informasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Responden**

Penelitian ini melibatkan 20 orang konsumen sebagai responden pendukung yang pernah membeli makanan dari pedagang halal dan non halal di Kota Medan. Keberagaman karakteristik responden memberikan gambaran yang cukup representatif mengenai persepsi konsumen terhadap praktik bisnis pedagang.

### **Praktik Bisnis Pedagang Makanan Halal**

Hasil kuesioner dan observasi menunjukkan bahwa pedagang makanan halal di Kota Medan cenderung menerapkan praktik bisnis yang menekankan aspek kehalalan bahan baku dan proses pengolahan. Sebagian besar pedagang memastikan bahan yang digunakan berasal dari sumber halal dan proses pengolahannya dilakukan secara terpisah dari bahan non halal. Selain itu, kebersihan tempat usaha dan peralatan menjadi perhatian utama karena dianggap sebagai bagian dari prinsip halal dan thayyib (Februari et al., 2024).

Dari sisi transparansi, pedagang makanan halal umumnya memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai bahan dan status kehalalan produk. Praktik ini meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Rosita, 2023).

### **Praktik Bisnis Pedagang Makanan Non Halal**

Pedagang makanan non halal menunjukkan praktik bisnis yang lebih fleksibel dalam penggunaan bahan baku dan proses produksi. Fokus utama pedagang non halal terletak pada cita rasa, inovasi menu, serta penetapan harga yang kompetitif. Meskipun demikian, sebagian pedagang tetap memperhatikan kebersihan dan kualitas bahan.

Namun, informasi mengenai kandungan bahan makanan tidak selalu disampaikan secara rinci kepada konsumen. Kondisi ini berpotensi menimbulkan keraguan, khususnya bagi konsumen Muslim yang memperhatikan aspek kehalalan produk (Februari, 2024).

### **Perbandingan Praktik Bisnis Makanan Halal dan Non Halal**

Hasil penelitian menunjukkan perbedaan yang cukup jelas antara praktik bisnis makanan halal dan non halal. Pedagang makanan halal lebih menekankan kepatuhan terhadap prinsip syariah, kebersihan, dan transparansi informasi, sedangkan pedagang makanan non halal lebih berorientasi pada fleksibilitas produksi, variasi menu, dan harga. Perbedaan ini memengaruhi persepsi konsumen dalam menentukan pilihan makanan.

## **Pembahasan**

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep praktik bisnis dalam perspektif ekonomi Islam yang menekankan kejujuran, transparansi, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Praktik bisnis makanan halal yang terstruktur dan transparan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Di sisi lain, praktik bisnis makanan non halal menunjukkan keunggulan dalam inovasi dan fleksibilitas, namun menghadapi tantangan dalam membangun kepercayaan konsumen yang lebih luas.

## **KESIMPULAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan praktik bisnis antara pedagang makanan halal dan non halal di Kota Medan, terutama dalam aspek bahan baku, proses pengolahan, dan transparansi informasi. Praktik bisnis makanan halal lebih menekankan kepatuhan terhadap prinsip syariah, sedangkan praktik bisnis makanan non halal lebih fleksibel dalam proses produksi. Perbedaan praktik bisnis ini berpengaruh terhadap persepsi dan tingkat kepercayaan konsumen.

### **Saran**

Pedagang makanan halal diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas produk dan transparansi informasi kepada konsumen. Pedagang makanan non halal disarankan untuk tetap memperhatikan etika bisnis dan kebersihan guna menjaga kepercayaan konsumen. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden dan menggunakan metode penelitian yang lebih beragam agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal dan Kepatuhan Praktik Halal terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor UMKM Kuliner Nusantara. *Harmoni: Jurnal Multikultural & Multireligius*, 22(1), 93–116. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v22i1.654>
- Arsyad, A., & Ritonga, E. Y. (2025). Strategi komunikasi dakwah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dalam edukasi sertifikasi halal pada UMKM kuliner Kota Medan. *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 339–352. <https://doi.org/10.37092/khabar.v7i1.1172>
- Budi Februari, H. K. (2024). Etika Bisnis Islam. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 392–402. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3834>
- Fatonah, I., Trihartono, A., & Hara, A. E. (2023). Industri makanan halal: Perbandingan Indonesia dan Malaysia. *Global Focus*, 3(2), 110–123. <https://doi.org/10.21776/ub.jgf.2023.003.02.3>
- Februari, B. (2024). Pengaruh Pelatihan Soft Skill, Pelatihan Hard Skill, dan Tingkat Pendidikan terhadap Kualitas Sumber Daya Manusia di UMKM TOMIMASE UIN Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6). <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i6.1706>
- Februari, B., Maulana, G. S., & Harianto, B. (2024). Pemikiran Imam Al-Ghazali Mengenai Perolehan Keuntungan dalam Kegiatan Jual Beli. *Journal Sains Student Research*, 2(1), 310–322. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jssr/article/download/552/513>

- Fuadah, D. K., Karseno, F., Firdausi, H. M., Prabowo, M. A. B., Putri, N. I. A., & Ullusna, S. (2022). The potential of halal food business in Asia and Europe with majority of non-Muslim communities. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.396>
- Himmah, F., & Faslah, R. (2025). Peran standarisasi halal dalam membangun daya tarik konsumen yang sangat kuat terhadap suatu produk di dalam industri pasar global. *Journal of Business Economics and Management*, 1(4), 1231–1241. <https://doi.org/10.62379/jbem.v1i4.463>
- Perdani, C., Mawarni, R. R., Mahmudah, L., & Gunawan, S. (2022). Prinsip-prinsip bahan tambahan pangan yang memenuhi syarat halal: alternatif penyedap rasa untuk industri makanan halal. *Halal Research Journal*, 2(2), 96-111.
- Rosita, A., Suzaini, S., Takwa, W. H., & Hasan, Z. (2023). Implementasi Sertifikasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman UMKM Di Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 92-97.
- Silviyah, N. M., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 96-112.
- SITI, F. A. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *EL-IQTHISADI Yurpedumenu: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 49-61.
- Ummah, A. C., Bahrudin, M., & Hilal, S. (2023). Sertifikasi halal dan kesadaran halal pada minat beli produk makanan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1113-1119
- Usmi, V., Nagara, S. H., Majestica, A., Sukmawati, S., & Lestarka, D. P. (2024). Hak atas informasi bagi konsumen terhadap labelisasi halal dan non halal pada industri kuliner. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i1.3173>
- Wahyuni, P., & Zein, A. W. (2024). Kritik Filsafat Ekonomi Terhadap Ajaran Eksistensialisme Dalam Praktik Bisnis Kontemporer. *Jurnal Kajian Islam dan Sosial Keagamaan*, 2(2), 354-358.