

---

## ANALISIS PERBANDINGAN KINERA USAHA AYAM POTONG: PERSPEKTIF KEBUTUHAN SERTIFIKASI HALAL DI PASAR TRADISIONAL KOTA MEDAN

Tamara Rossa Linda<sup>1</sup>, Zuhendry<sup>2</sup>, Enny Segarahati Barus<sup>3</sup>,  
Marlya Fatira<sup>4</sup>, Ermyna Seri<sup>5</sup>

Politeknik Negeri Medan, Sumatera Utara

e-mail: <sup>1</sup>tamara.trr36@gmail.com, <sup>2</sup>zuhendry@polmed.ac.id,

<sup>3</sup>enny.19620830@polmed.ac.id, <sup>4</sup>marlyafatira@polmed.ac.id,

<sup>5</sup>ermyna.19621124@polmed.ac.id

**Abstract:** *Owning a halal certificate has become important in the broiler chicken business because halal certification is mandatory for micro and small businesses starting October 18, 2026; preliminary research found only 1 of 33 broiler chicken businesses in Medan City held a halal certificate. This study analyzes and compares the business performance of halal-certified and non-certified broiler chicken businesses in Medan City traditional markets, using a descriptive qualitative method with certified and non-certified traders and a representative from the Indonesian Ulama Council (MUI) Medan City as informants. Data were collected through in-depth interviews and documentation, analyzed using source triangulation. Certified traders performed well across six business performance aspects, with daily revenue of IDR 8,500,000-13,000,000, the halal certificate functioning as a valuable resource strengthening consumer trust. Non-certified traders operated and grew relying on informal resources such as experience, reputation, personal relationships, and cost efficiency, with daily revenue varying from IDR 4,500,000-16,000,000. Both groups performed slaughtering according to Sharia, so the main differences lay in income level, business management, and formalization of halal assurance, not in the halal practice itself. This study concludes halal certification serves as a strategic resource institutionalizing competitive advantage, so guidance from BPJPH and MUI Medan City is needed.*

**Keywords:** *Business performance; halal certification; broiler chicken; maqashid sharia.*

**Abstrak:** Kepemilikan sertifikat halal pada usaha ayam potong menjadi isu penting karena kewajiban sertifikasi bagi usaha mikro dan kecil berlaku mulai 18 Oktober 2026, sementara pra penelitian menemukan hanya 1 dari 33 usaha ayam potong di Kota Medan yang telah bersertifikat halal. Penelitian ini bertujuan menganalisis dan membandingkan kinerja usaha ayam potong bersertifikat dan belum bersertifikat halal di pasar tradisional Kota Medan menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan informan pedagang bersertifikat dan belum bersertifikat halal serta perwakilan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi, dianalisis dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan kinerja usaha pedagang bersertifikat halal tergolong baik pada enam aspek kinerja usaha, dengan omzet harian Rp8.500.000-Rp13.000.000, di mana sertifikat halal berfungsi sebagai sumber daya bernilai yang memperkuat kepercayaan konsumen. Kinerja usaha pedagang belum bersertifikat tetap berjalan dan berkembang dengan mengandalkan sumber daya informal berupa pengalaman, reputasi, hubungan personal, dan efisiensi biaya, dengan omzet harian bervariasi Rp4.500.000-Rp16.000.000. Kedua kelompok menerapkan penyembelihan sesuai syariat, sehingga perbedaan terletak pada tingkat pendapatan, pengelolaan usaha, dan formalisasi jaminan halal, bukan pada praktik kehalalan produk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sertifikasi halal berperan sebagai sumber daya strategis yang melembagakan keunggulan bersaing usaha ayam potong, sehingga diperlukan pendampingan BPJPH dan MUI Kota Medan.

**Kata kunci:** Kinerja usaha; sertifikasi halal; ayam potong; maqashid syariah.

## PENDAHULUAN

Islam menempatkan aspek kehalalan sebagai prinsip fundamental dalam konsumsi pangan, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 yang memerintahkan manusia mengonsumsi makanan yang halal lagi baik (*halalan thayyiban*). Seiring meluasnya rantai distribusi produk hewani, sertifikasi halal menjadi kebutuhan yang semakin penting bagi jaminan kehalalan produk (Sahib & Ifna, 2024), dan tanggung jawab negara dalam mewujudkannya diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Charity, 2017).

Daging ayam merupakan komoditas pangan hewani yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia karena harganya terjangkau dan kandungan proteinnya tinggi. Konsumsi daging ayam per kapita masyarakat Indonesia periode 2021–2025 berada pada kisaran rata-rata 7,38 kg/kapita/tahun, sedangkan masyarakat Kota Medan rata-rata 6,58 kg/kapita/tahun (Badan Pangan Nasional, 2026). Tingginya dan stabilnya tingkat konsumsi ini menjadikan jaminan kehalalan daging ayam semakin mendesak, mengingat titik kritis kehalalannya terletak pada tahap penyembelihan dan penanganan (Nopita Sari et al., 2021).

Sebagian besar transaksi daging ayam di Kota Medan berlangsung di pasar tradisional, yang tersebar pada 53 pasar di 21 kecamatan (Badan Pusat Statistik Kota Medan, 2025). Namun, ketersediaan Rumah Potong Unggas bersertifikat halal di Kota Medan baru berjumlah 22 usaha (Halal Meat Indonesia, 2026), jauh lebih sedikit dibandingkan jumlah pasar yang tersebar. Hasil pra penelitian pada 18 Maret 2026 di lima pasar tradisional Kota Medan menemukan 33 usaha ayam potong aktif beroperasi, tetapi hanya 1 usaha yang telah bersertifikat halal, sedangkan 32 usaha lainnya belum.

Observasi awal juga menunjukkan perbedaan karakteristik, yaitu usaha bersertifikat cenderung memiliki jangkauan pemasaran lebih luas dan pelanggan lebih beragam, sedangkan usaha belum bersertifikat lebih banyak mengandalkan hubungan personal dan kebiasaan berbelanja pelanggan.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sertifikasi halal berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (Warto & Samsuri, 2020) serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk pangan lokal (Widiati & Azkia, 2023). Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus membandingkan kinerja usaha ayam potong bersertifikat dan belum bersertifikat halal di pasar tradisional, khususnya di Kota Medan, masih sangat terbatas (Nopita Sari et al., 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menganalisis dan membandingkan kinerja usaha ayam potong bersertifikat dan belum bersertifikat halal di pasar tradisional Kota Medan, guna memberikan gambaran mengenai pentingnya sertifikasi halal dalam mendukung kinerja usaha ayam potong.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (Sugiyono, 2023), berlokasi pada usaha ayam potong yang beroperasi di pasar tradisional Kota Medan, dan dilaksanakan pada bulan Januari sampai Juli 2026.

Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pengalaman berdagang minimal tiga tahun serta pemahaman dan keterlibatan langsung dalam pengelolaan usaha. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip titik jenuh data (*data saturation*), yaitu ketika jawaban antarinforman

menunjukkan pola yang konsisten dan berulang. Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini melibatkan 7 informan, terdiri dari 3 pedagang ayam potong bersertifikat halal, 3 pedagang belum bersertifikat halal, serta satu perwakilan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Sumatera Utara.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) berpedoman pada pedoman wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Triangulasi sumber diterapkan dengan membandingkan data dari ketiga kelompok informan untuk menguji validitas dan kredibilitas temuan.

Teknik analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman yang terdiri atas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Proses transkripsi wawancara dan identifikasi kata kunci yang paling sering muncul (*word cloud*) dibantu dengan aplikasi kecerdasan buatan, yang selanjutnya diperiksa dan disesuaikan kembali oleh peneliti agar sesuai dengan hasil wawancara sebenarnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kinerja usaha ayam potong bersertifikat halal menunjukkan pola yang relatif konsisten pada enam aspek yang diamati, yaitu tingkat pencapaian kepuasan, efektivitas, efisiensi, kinerja finansial, karakteristik produk, dan penerapan sertifikasi halal. Ketiga pedagang bersertifikat memiliki pengalaman usaha tujuh sampai sebelas tahun. Seluruh informan (100%) menyatakan bahwa sertifikasi halal memberikan nilai tambah terhadap penjualan, kepercayaan, dan peluang pasar, sedangkan 6 dari 7 informan (85,7%) menyatakan bahwa kualitas produk, kebersihan, pelayanan, dan konsistensi membuka usaha menjadi faktor yang mempertahankan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa

sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar UMKM, dan berdampak positif terhadap kinerja (Cholis, 2026; Maulidhinah & Mazza Basya, 2024; Widiati & Azkia, 2023)

Ditinjau dari *Resource-Based View* (RBV), kepercayaan konsumen yang diperkuat sertifikat halal merupakan sumber daya bernilai yang lebih kuat dibandingkan sekadar reputasi personal, karena diperoleh melalui proses tertentu dan dapat diverifikasi. Pada dimensi efektivitas, omzet ketiga pedagang bersertifikat berkisar Rp8.500.000–Rp13.000.000 per hari dengan volume pemotongan 220–320 ekor per hari, ditopang konsistensi operasional dan hubungan pemasok. Temuan ini memperkuat penelitian terdahulu tentang peningkatan profitabilitas dan kinerja UMKM setelah bersertifikasi halal, serta hubungan sertifikasi dan kepatuhan halal dengan kinerja bisnis berkelanjutan (Alfarizi, 2023; Fitri, 2024; Indriastiningsih et al., 2025).

Pada aspek efisiensi, 6 dari 7 informan (85,7%) mengelola pasokan melalui kerja sama dengan pemasok tetap dan penyesuaian jumlah pembelian, sejalan dengan temuan mengenai pengaruh positif sertifikasi halal terhadap kinerja logistik dan finansial UMKM olahan daging (Santosa et al., 2022). Namun, biaya sertifikasi yang berkisar Rp10.000.000–Rp12.500.000 tetap menjadi kendala, sebagaimana ditemukan bahwa pendampingan sangat diperlukan bagi UMKM dalam memenuhi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) (Munawar et al., 2023). Kinerja finansial pedagang bersertifikat juga lebih tertib, ditunjukkan oleh pemisahan keuangan usaha dan pribadi oleh 6 dari 7 informan (85,7%), yang dalam perspektif Maqashid Syariah berkaitan dengan *hifz al-mal* atau penjagaan harta sebagai amanah.

Berbeda dengan kelompok bersertifikat, kinerja pedagang yang belum bersertifikat halal lebih banyak dibangun melalui sumber daya informal berupa hubungan personal, reputasi

keluarga, pengalaman berdagang, dan efisiensi biaya, dengan omzet harian bervariasi Rp4.500.000–Rp16.000.000. Kepercayaan pelanggan terbentuk melalui kebersihan, keramahan, harga wajar, dan hubungan personal yang telah berlangsung lama (Widiati & Azkia, 2023). Namun demikian, kepercayaan berbasis relasi personal ini memiliki keterbatasan ketika pedagang ingin memperluas pasar ke konsumen atau mitra baru yang belum mengenalnya; pelaku usaha rumah potong ayam pada umumnya telah memiliki kesadaran produksi halal namun belum sepenuhnya memahami kewajiban sertifikasi (Nafisaha & Fajriati, 2024).

Pada aspek efisiensi, kelompok belum bersertifikat justru unggul karena struktur biaya yang lebih sederhana, memanfaatkan tempat dan tenaga kerja keluarga tanpa biaya sewa atau gaji formal. Namun, efisiensi ini bersifat jangka pendek karena keterbatasan formalisasi usaha dapat menghambat akses terhadap mitra usaha yang lebih besar. Kinerja finansial kelompok ini juga bervariasi, dari pencatatan sederhana hingga percampuran uang usaha dan rumah tangga, yang dalam perspektif Maqashid Syariah tetap perlu dipisahkan agar sesuai prinsip *hifz al-mal*.

Hal yang menarik dari penelitian ini adalah bahwa perbedaan kedua kelompok tidak terletak pada substansi praktik penyembelihan. Seluruh informan, baik bersertifikat maupun belum, menyatakan bahwa penyembelihan dilakukan sesuai syariat, yaitu menghadap kiblat, membaca basmalah, dan memastikan ayam masih hidup ketika disembelih. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian yang menunjukkan kesadaran syariat yang baik pada praktik penyembelihan ayam di pasar tradisional Medan Selayang, serta pentingnya kompetensi juru sembelih terhadap kehalalan dan mutu daging (Ashari Silalahi et al., n.d.; Setiawan et al., 2024). Perbedaan utama terletak pada formalisasi dan verifikasi, yaitu pedagang bersertifikat telah mengikuti pelatihan

Juru Sembelih Halal (Juleha) dan menerapkan SJPH, sedangkan pedagang belum bersertifikat lebih mengandalkan pengalaman dan pengetahuan keluarga.

Perwakilan MUI Provinsi Sumatera Utara menegaskan bahwa selama penyembelihan telah sesuai syariat, daging tetap halal secara fikih meskipun belum bersertifikat; sertifikasi halal berfungsi sebagai mekanisme jaminan formal yang memberikan kepastian kepada konsumen yang tidak dapat mengawasi sendiri proses penyembelihan setiap hari. Kondisi ini sejalan dengan pandangan yang menempatkan sertifikasi halal sebagai instrumen perlindungan konsumen berdasarkan Maqashid Syariah dan hukum positif, yaitu perlindungan terhadap *hifz al-din* dan *hifz al-nafs*, sementara keberlanjutan usaha berkaitan dengan *hifz al-mal* (Dede Al Mustaqim, 2023).

Hambatan utama kelompok belum bersertifikat adalah biaya, waktu, dan administrasi. Seluruh informan menyatakan perlunya proses yang lebih sederhana dan pendampingan, sejalan dengan pentingnya sosialisasi dan pendampingan pada usaha mikro pemotongan ayam, efektivitas pendampingan penerapan SJPH pada rumah potong ayam, serta pentingnya sertifikasi halal bagi pengembangan industri makanan halal UMKM (Fuadi et al., 2022; Ikhwan et al., 2022; Jameelah et al., 2025).

Secara keseluruhan, kesenjangan yang ditemukan pada usaha ayam potong di pasar tradisional Kota Medan bukan terutama berupa kesenjangan antara halal dan tidak halal, melainkan antara kepatuhan halal secara substantif dan jaminan halal secara formal. Penelitian ini menemukan adanya transformasi dari *personal trust* menuju *institutional trust*: pada kelompok belum bersertifikat, kepercayaan dibangun dari hubungan langsung dan reputasi personal, sedangkan pada kelompok bersertifikat kepercayaan tersebut diperkuat oleh sistem formal yang dapat diverifikasi melalui SJPH.

## SIMPULAN

Perbandingan kinerja usaha ayam potong bersertifikat dan belum bersertifikat halal di pasar tradisional Kota Medan menunjukkan bahwa kedua kelompok sama-sama mampu menjalankan dan mengembangkan usahanya, tetapi bertumpu pada sumber daya yang berbeda. Kelompok bersertifikat mengandalkan sertifikasi halal dan Sistem Jaminan Produk Halal sebagai sumber daya strategis yang relatif sulit ditiru, memperkuat kepercayaan konsumen, memperluas peluang mitra usaha, dan mendukung pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, dengan omzet harian Rp8.500.000–Rp13.000.000. Kelompok belum bersertifikat tetap mampu bertahan dan berkembang melalui sumber daya informal berupa reputasi keluarga, pengalaman, dan hubungan personal, dengan omzet harian yang lebih bervariasi, yaitu Rp4.500.000–Rp16.000.000, meskipun belum memperoleh jaminan formal atas kehalalan produknya.

Kedua kelompok sama-sama menerapkan penyembelihan sesuai syariat, sehingga perbedaan utama terletak pada tingkat pendapatan, pengelolaan usaha, dan formalisasi jaminan halal, bukan pada praktik kehalalan produk. Temuan ini memperlihatkan bahwa sertifikasi halal berperan melembagakan kepercayaan yang sebelumnya bersifat personal menjadi jaminan formal yang dapat diverifikasi, sekaligus menegaskan perlunya pendampingan aktif dari BPJPH dan MUI agar seluruh pelaku usaha ayam potong di pasar tradisional mampu memenuhi kewajiban sertifikasi halal yang berlaku efektif mulai 18 Oktober 2026.

## DAFTAR PUSTAKA

Al Mustaqim, D. (2023). Sertifikasi Halal sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis

Maqashid Syariah dan Hukum Positif. *AB-JOIEC*, 1(2), 54–67. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.26>

Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal dan Kepatuhan Praktik Halal terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor UMKM Kuliner Nusantara. *Harmoni*, 22(1), 93–116. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v22i1.654>

Badan Pangan Nasional. (2026). *Data Konsumsi Daging Ayam Per Kapita Masyarakat Indonesia dan Kota Medan Tahun 2021–2025*. Badan Pangan Nasional.

Badan Pusat Statistik Kota Medan. (2025). *Jumlah Pasar Menurut Kecamatan di Kota Medan*. BPS Kota Medan.

Charity, M. L. (2017). Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(1), 99–108.

Fitri, R. (2024). Sertifikasi Halal dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 5(2), 324–336.

Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 118–125. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>

Halal Meat Indonesia. (2026). *Daftar Usaha Pemotongan Daging/Unggas Bersertifikat Halal Provinsi Sumatera Utara*.

Ikhwan, H., Gunawan, S., Rakhmawati, N. A., & Rahmawati, S. (2022). Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Halal untuk Usaha Mikro Pemotongan Ayam di Desa Jetak, Kelurahan Rembun, Kecamatan Nogosari, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. *Sewagati*, 6(4), 419–426. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i4.109>

Indriastiningsih, E., Mutiasari, A. I., & Devi, A. O. T. (2025). Dampak Kepemilikan Sertifikasi Halal

- terhadap Profitabilitas dan Kinerja Operasional UMKM di Kota Karanganyar. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 4(2), 317–324.
- Jameelah, M., Azis, L., & Haroni, N. (2025). Pendampingan Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal Rumah Potong Ayam Cari Berkah, Desa Pagelaran, Malingping, Kabupaten Lebak, Banten. *Prosiding SENDAMAS*.
- Maulidhina, A. T., & Basya, M. M. (2024). Sertifikasi Makanan Halal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Paciran. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 5(2), 87–97.  
<https://doi.org/10.51510/bilal.v5i2.1761>
- Munawar, M. S. A., Rohmah, M., Rahmadi, A., Marwati, & Rachmawati, M. (2023). Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal pada UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(1), 165–176.  
<https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i1.19996>
- Nafisah, B., & Fajriati, I. (2024). Awareness of Chicken Slaughterhouse Business Actors Towards Halal Products. *Halal Research Journal*, 4(1), 45–58.  
<https://doi.org/10.12962/j22759970.v4i1.1053>
- Nopita Sari, S., Trihantana, R., & Purnama, B. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Pamijahan dan Cibungbulang Kabupaten Bogor terhadap Motivasi Sertifikasi Halal. *Sahid Business Journal*, 1(01), 92–103.
- Purwanto, & Cholis, M. (2026). Analysis of the Influence of Halal Certification on Improving the Performance and Profitability of SMEs in Surakarta. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 9(1), 3183–3191.  
<https://doi.org/10.31538/ijse.v9i1.8661>
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 53–64.  
<https://doi.org/10.46918/point.v6i1.2256>
- Santosa, C. W., Fahma, F., & Damayanti, R. W. (2022). The Effect of Halal Certification on Logistic Performance and Financial Performance: Case Study: Processed Meat and Cowhide SMEs in Surakarta. *Jurnal Teknik Industri*, 24(2), 117–128.
- Setiawan, Y., Nurhidayati, & Lathifah, A. (2024). Ekosistem Halal Rumah Potong Hewan (Studi Kasus Juru Sembelih Halal U.D. Dragon Broiler dan Sinar Raya Abadi). *Jurnal Alwatzikhoebillah*, 10(1).  
<https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2275>
- Silalahi, R. A., Fatira, M., Nasution, A. W., Wathan, H., & Rahmadani. (2024). Implementasi Penyembelihan Ayam Potong Menurut Perspektif Hukum Islam di Pasar Tradisional Kecamatan Medan Selayang Kota Medan. *Prosiding KONSEP*, 5(1).  
<https://doi.org/10.51510/konsep.v5i1.1901>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Warto, & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112.
- Widiati, S., & Azkia, L. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal UMKM dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga. *Sebatik*, 27(1), 398–406.  
<https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2275>