

# PERAN BUDAYA INDIA MUSLIM DAN MELAYU TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MAKANAN HALAL DI KAMPUNG MADRAS MEDAN

Wahyuni Sirait, Eli Agustami, Nurhudawi  
Universitas Islam Sumatera Utara

Email: [wahyunisirait2@gmail.com](mailto:wahyunisirait2@gmail.com), [eliagustamiuisu@gmail.com](mailto:eliagustamiuisu@gmail.com),  
[nhudawi@fai.uisu.ac.id](mailto:nhudawi@fai.uisu.ac.id),

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran budaya India Muslim dan Melayu dalam pengembangan UMKM makanan halal di Kampung Madras, Kota Medan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 12 orang yang dipilih secara purposive, terdiri dari pelaku UMKM dari latar belakang budaya India Muslim dan Melayu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya India Muslim berperan dalam menjaga keaslian produk, terutama pada cita rasa dan konsistensi prinsip kehalalan, sedangkan budaya Melayu berperan dalam kemampuan adaptasi terhadap selera pasar dan memperluas jaringan konsumen. Interaksi kedua budaya tersebut menciptakan sinergi yang memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, keberadaan UMKM juga memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Namun, pelaku UMKM masih menghadapi kendala seperti keterbatasan modal dan persaingan usaha. Oleh karena itu, diperlukan upaya penguatan strategi usaha berbasis budaya agar keberlanjutan UMKM tetap terjaga.

**Kata Kunci :Budaya India Muslim, Melayu, UMKM, Makanan Halal, Kampung Madras**

## ABSTRACT

This study aims to analyze the role of Indian Muslim and Malay culture in the development of halal food MSMEs in Madras Village, Medan. The method used is a qualitative approach with a descriptive type of research. Data collection techniques are carried out through in-depth interviews, observations, and documentation. The informants in this study amounted to 12 people who were selected purposively, consisting of MSME actors from Indian Muslim and Malay cultural backgrounds. The results of the study show that Indian Muslim culture plays a role in maintaining the authenticity of products, especially in the taste and consistency of halal principles, while Malay culture plays a role in adaptability to market tastes and expanding consumer networks. The interaction of the two cultures creates synergy that provides added value and increases the competitiveness of MSMEs. In addition, the existence of MSMEs also has a positive impact on local economic growth through

increasing income and job creation. However, MSME actors still face obstacles such as limited capital and business competition. Therefore, efforts are needed to strengthen culture-based business strategies so that the sustainability of MSMEs is maintained.

**Keywords: Indian Muslim, Malay, MSMEs, Halal Food, Kampung Madras**

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian daerah. UMKM berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemerataan ekonomi. Dalam praktiknya, UMKM umumnya berkembang dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada di suatu wilayah, baik berupa sumber daya alam, kondisi sosial, maupun budaya masyarakat setempat. Pengembangan ekonomi berbasis lokal menempatkan UMKM sebagai penggerak utama perekonomian daerah. Pemanfaatan potensi lokal yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat dapat menciptakan kondisi ekonomi yang produktif dan berkelanjutan. Namun demikian, pertumbuhan UMKM masih menghadapi berbagai kendala, baik internal maupun eksternal, seperti keterbatasan keterampilan sumber daya manusia, tingkat pendidikan pelaku usaha, kemampuan kewirausahaan, serta keterbatasan akses permodalan dan perizinan usaha. Faktor-faktor tersebut berdampak pada daya saing dan keberlanjutan UMKM. Selain faktor ekonomi dan manajerial, perkembangan UMKM juga tidak dapat dilepaskan dari pengaruh sosial dan budaya masyarakat.

Penerapan manajemen kewirausahaan yang baik menjadi faktor pendukung penting agar UMKM mampu berinovasi, beradaptasi, dan meningkatkan kualitas produk maupun layanan. Berdasarkan uraian tersebut, Perkembangan UMKM di Kawasan Kampung Madras Medan

menunjukkan tren yang dinamis dari tahun ke tahun. Hal ini dipengaruhi oleh faktor budaya, kondisi ekonomi, serta perkembangan teknologi digital yang turut mendorong aktivitas usaha masyarakat.

Selain faktor manajemen kewirausahaan, perkembangan UMKM makanan halal juga dipengaruhi oleh tingkat kesadaran halal dan nilai budaya masyarakat. Kesadaran halal tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap aturan agama, tetapi juga berperan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. Produk makanan halal yang dikelola sesuai dengan nilai budaya dan religius masyarakat cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen, khususnya di wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim.

Dalam konteks Kampung Madras Medan, budaya India Muslim dan Melayu berperan dalam membentuk pola produksi, pemilihan bahan baku, serta etika bisnis pelaku UMKM makanan halal. Nilai-nilai budaya tersebut mendorong pelaku usaha untuk menjaga kehalalan produk sebagai bagian dari identitas dan tanggung jawab sosial, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan. Selain meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing usaha, sertifikasi halal juga berpengaruh terhadap inovasi produk di kalangan UMKM makanan dan minuman. Hal ini terutama dirasakan oleh pelaku UMKM yang beroperasi di sektor kuliner dan makanan khas, di mana sertifikasi halal tidak hanya menjadi syarat formal, tetapi

juga menjadi dorongan untuk mengembangkan variasi produk yang memenuhi standar halal serta preferensi pasar yang semakin beragam.

Penelitian yang dilakukan di kawasan wisata syariah menunjukkan bahwa keberadaan sertifikasi halal dan standar halal mendorong pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mengembangkan inovasi produk makanan dan minuman. Halal certification dan standardization memberi kerangka regulasi yang mendorong kreativitas pelaku UMKM dalam memenuhi standar sesuai syariat Islam serta menghasilkan produk yang lebih kompetitif di pasar.

## 2. KAJIAN TEORI

### Konsep Budaya

Budaya adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan cara hidup manusia dalam suatu masyarakat, mencakup seluruh hasil cipta, rasa, dan karsa yang diperoleh melalui proses belajar dan diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Edward Burnett Tylor (1871) mendefinisikan budaya sebagai kompleks keseluruhan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, serta segala kemampuan dan kebiasaan lain yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat. Definisi ini menekankan bahwa budaya bukanlah sesuatu yang bersifat bawaan sejak lahir, melainkan sesuatu yang dipelajari dan dikembangkan secara terus-menerus dalam kehidupan sosial.

### Budaya dalam Perspektif

Ekonomi Budaya dalam perspektif ekonomi bukan lagi dipandang semata sebagai warisan tradisi yang statis, melainkan sebagai sumber daya produktif yang dapat menciptakan nilai tambah ekonomi. Konsep cultural economy atau ekonomi budaya menyatakan bahwa budaya dapat menjadi modal penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di sektor industri kreatif,

pariwisata, dan usaha kecil-menengah. Budaya mampu memberikan identitas dan keunikan pada suatu produk sehingga dapat membedakannya dari produk sejenis di pasaran

### Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria aset dan omset tertentu sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. UMKM dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah berdasarkan besaran aset dan omzet per tahun. UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, mengurangi tingkat pengangguran, serta mendistribusikan pendapatan secara lebih merata. Di Kota Medan, khususnya di Kampung Madras, sebagian besar pelaku usaha makanan halal termasuk dalam kategori UMKM yang mengandalkan kekuatan budaya lokal sebagai basis usahanya.

### Karakteristik dan Peran UMKM

UMKM memiliki karakteristik yang khas, antara lain skala usaha yang relatif kecil, kepemilikan oleh individu atau keluarga, fleksibilitas dalam beradaptasi dengan perubahan pasar, serta ketergantungan yang tinggi pada modal sosial dan jaringan komunitas. Selain itu, UMKM juga cenderung inovatif dan mampu memanfaatkan sumber daya lokal secara maksimal. Peran UMKM sangatlah penting, di antaranya sebagai penyerap tenaga kerja terbesar, penggerak perekonomian kerakyatan, pengurang kesenjangan ekonomi, serta pendorong inovasi produk berbasis local

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis Penelitian dan Pendekatan

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan deskriptif karena analisis data dilakukan mengumpulkan informasi yang disampaikan secara tertulis dan lisan dari informasi yang diamati."metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan objek penelitian sesuai dengan realitas yang ada, sehingga memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti.<sup>20</sup>

#### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi Penelitian Penelitian ini dilakukan di Kampung Madras Kelurahan Madras Hulu Kecamatan Medan Polonia. Alasan saya memilih penelitian dilokasi ini adalah karena kawasan ini merupakan pusat interaksi budaya India Muslim dan Melayu yang masih kuat dan berpengaruh dalam aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya pada pengembangan UMKM makanan halal. Selain itu, banyaknya pelaku usaha kuliner halal di wilayah ini menjadikannya lokasi yang relevan untuk mengkaji peran budaya dalam pengembangan UMKM.

#### **Waktu Penelitian**

Adapun waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan mulai tanggal 15 November 2025 s/d 15 Maret 2026 Subjek dan Objek Penelitian 1.Subjek Penelitian Subjek penelitian adalah pelaku UMKM, Budaya India Muslim dan Melayu, Konsumen dan Lingkungan Sosial di kawsan Kampung Madras Medan. 2.Objek Penelitian Objek penelitian ini adalah permasalahan yang dihadapi Adapunobjek penelitian ini adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM) street food halal di kampung madras Medan, yang dipengaruhi oleh budaya India muslim dan Melayu. Fokus utama penelitian adalah pada jenis makanan yang disajikan, praktik bisnis yang diterapkan, serta interaksi sosial antara pelaku usaha dan konsumen. D.Sumber Data Sumber data yang digunakan dalam penulisan ini adalah data primer dan data sekunder. 1. Data

Primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau bersangkutan dan yang memerlukannya, data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti atau responden penelitian, seperti data hasil wawancara dan observasi yang langsung kepada pelaku UMKM

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis dalam Perspektif Ekonomi Islam Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas UMKM makanan halal di Kampung Madras mencerminkan penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan ekonomi. Prinsip dasar ekonomi Islam menekankan pada keadilan, kejujuran, keberkahan, serta keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Hal ini terlihat dalam praktik usaha yang dilakukan oleh pelaku UMKM, khususnya dalam menjaga kehalalan produk dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Salah satu prinsip utama dalam ekonomi Islam adalah kehalalan dalam produksi dan konsumsi.

Pelaku UMKM yang berasal dari budaya India Muslim maupun Melayu menunjukkan komitmen yang tinggi dalam memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan ketentuan syariah. Hal ini tidak hanya menjadi kewajiban agama, tetapi juga menjadi nilai tambah yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dalam nilai kejujuran dan amanah juga menjadi landasan dalam menjalankan usaha. Pelaku UMKM cenderung menjaga kualitas produk, transparansi dalam harga, serta memberikan pelayanan yang baik kepada 56 konsumen. Praktik ini

sejalan dengan prinsip muamalah dalam Islam yang menekankan pentingnya etika dalam bertransaksi. Dengan demikian, kegiatan ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan keberlanjutan usaha. Ekonomi Islam juga menekankan pentingnya distribusi pendapatan yang adil dan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan UMKM di Kampung Madras turut memberikan kontribusi dalam menciptakan pemerataan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini mencerminkan konsep *falah*, yaitu kesejahteraan yang tidak hanya bersifat material, tetapi juga spiritual. Di sisi lain, prinsip tolong-menolong (*ta'awun*) juga terlihat dalam interaksi antar pelaku usaha yang saling mendukung dan bekerja sama. Hal ini memperkuat jaringan sosial dan menciptakan lingkungan usaha yang kondusif. Dengan adanya nilai-nilai tersebut, UMKM tidak hanya menjadi sarana ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari upaya membangun masyarakat yang lebih adil dan sejahtera.

Dengan demikian, UMKM makanan halal di Kampung Madras dapat dikatakan telah mencerminkan praktik ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Meskipun masih terdapat berbagai tantangan, penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan usaha menjadi fondasi penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi seluruh masyarakat.

Peran Budaya India Muslim dan Melayu terhadap Peningkatan Omzet UMKM Makanan Halal di Kampung Madras Kota Medan Omzet merupakan salah satu indikator utama dalam menilai pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM), khususnya dalam sektor makanan halal. Dalam penelitian kualitatif, peningkatan omzet tidak selalu diukur secara kuantitatif melalui angka statistik, melainkan dapat dianalisis melalui narasi pengalaman pelaku usaha terkait perubahan pendapatan yang mereka rasakan dari waktu ke waktu. Peningkatan omzet umumnya ditandai dengan bertambahnya volume penjualan, kestabilan pemasukan harian, serta kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan operasional dan pengembangan usaha. Dalam konteks UMKM makanan halal di Kampung Madras, peningkatan omzet tidak terlepas dari peran budaya India Muslim dan Melayu yang menjadi identitas utama usaha kuliner di kawasan tersebut. Budaya India

Muslim berkontribusi dalam menjaga keaslian cita rasa melalui penggunaan rempah-rempah khas serta teknik pengolahan tradisional yang menghasilkan kualitas produk yang konsisten. Sementara itu, budaya Melayu memberikan pengaruh dalam adaptasi terhadap selera pasar lokal, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya autentik tetapi juga mudah diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Sinergi antara kedua budaya ini menciptakan nilai tambah yang meningkatkan daya tarik produk, sehingga berdampak pada meningkatnya penjualan.

Selain itu, kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk yang dijaga melalui nilai budaya dan religius juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan omzet. Dengandemikian, peningkatan omzet tidak hanya mencerminkan keberhasilan ekonomi, tetapi juga menunjukkan bahwa integrasi budaya India Muslim dan Melayu mampu menjadi strategi efektif dalam

mendorong pertumbuhan UMKM makanan halal secara berkelanjutan. 6. Peran Budaya India Muslim dan Melayu terhadap Peningkatan Jumlah Pelanggan UMKM Makanan Halal di Kampung Madras Kota Medan Jumlah pelanggan merupakan indikator penting dalam menilai pertumbuhan UMKM dari sisi permintaan pasar.

Dalam pendekatan kualitatif, peningkatan jumlah pelanggan dapat dilihat melalui persepsi pelaku usaha mengenai bertambahnya frekuensi kunjungan konsumen, munculnya pelanggan tetap, serta meluasnya jangkauan pasar dari berbagai latar belakang sosial dan budaya. Pertumbuhan jumlah pelanggan mencerminkan tingkat penerimaan produk di pasar sekaligus menunjukkan keberhasilan pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam konteks UMKM makanan halal di Kampung Madras, peran budaya India Muslim dan Melayu sangat signifikan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Budaya India Muslim menghadirkan keunikan cita rasa yang autentik dan khas, sehingga menjadi daya tarik utama bagi wisatawan maupun konsumen yang mencari pengalaman kuliner yang berbeda.

Di sisi lain, budaya Melayu memberikan sentuhan adaptasi yang membuat produk lebih sesuai dengan preferensi masyarakat lokal, baik dari segi rasa, penyajian, maupun pelayanan. Selain itu, nilai-nilai budaya Melayu seperti keramahan dan pelayanan yang baik turut meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga mendorong terbentuknya 59 loyalitas konsumen. Interaksi antara kedua budaya ini menciptakan pengalaman konsumsi yang tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada nilai sosial dan budaya yang

menyertainya. Oleh karena itu, peningkatan jumlah pelanggan tidak hanya mencerminkan pertumbuhan pasar, tetapi juga menunjukkan keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan budaya sebagai strategi untuk memperluas dan mempertahankan basis konsumen. 7.

Peran Budaya India Muslim dan Melayu terhadap Ekspansi Usaha UMKM Makanan Halal di Kampung Madras Kota Medan Ekspansi usaha merupakan indikator pertumbuhan UMKM yang menunjukkan adanya peningkatan skala dan kapasitas bisnis. Dalam penelitian kualitatif, ekspansi usaha dapat dilihat melalui kemampuan pelaku usaha dalam membuka cabang baru, memperluas lokasi usaha, menambah variasi produk, atau mengembangkan layanan baru seperti catering dan penjualan digital. Ekspansi ini mencerminkan bahwa usaha tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang secara dinamis dalam menghadapi perubahan pasar. Dalam UMKM makanan halal di Kampung Madras, ekspansi usaha sangat dipengaruhi oleh peran budaya India Muslim dan Melayu. Budaya India Muslim memberikan kekuatan pada aspek keaslian produk dan konsistensi kualitas, yang menjadi dasar kepercayaan konsumen. Sementara itu, budaya Melayu berperan dalam memperluas jangkauan pasar melalui kemampuan adaptasi terhadap selera lokal serta membangun hubungan sosial yang baik dengan pelanggan. Sinergi antara kedua budaya ini menciptakan peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya ke tingkat yang lebih luas. Selain itu, jaringan 60 sosial yang terbentuk dalam komunitas India Muslim dan Melayu juga mempermudah proses ekspansi, baik dalam hal berbagi informasi, kolaborasi usaha, maupun distribusi

produk. Dengan demikian, ekspansi usaha tidak hanya mencerminkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menunjukkan bahwa budaya dapat berfungsi sebagai modal sosial dan strategi pengembangan usaha yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Peran Budaya India Muslim dan Melayu terhadap Penyerapan Tenaga Kerja pada UMKM Makanan Halal di Kampung Madras Kota Medan Tenaga kerja merupakan indikator penting dalam menilai pertumbuhan UMKM dari sisi kontribusi sosial terhadap masyarakat. Dalam pendekatan kualitatif, peningkatan jumlah tenaga kerja dapat dilihat dari bertambahnya karyawan yang direkrut oleh pelaku usaha seiring dengan berkembangnya usaha. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berperan sebagai unit ekonomi, tetapi juga sebagai sarana penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Dalam konteks UMKM makanan halal di Kampung Madras, peran budaya India Muslim dan Melayu sangat berpengaruh dalam penyerapan tenaga kerja. Budaya India Muslim yang memiliki sistem usaha berbasis keluarga dan komunitas mendorong keterlibatan anggota keluarga maupun kerabat dalam aktivitas usaha. Hal ini menciptakan peluang kerja yang bersifat informal namun berkelanjutan.

Sementara itu, budaya Melayu yang menjunjung tinggi nilai gotong royong dan kebersamaan turut memperkuat solidaritas sosial dalam proses rekrutmen tenaga kerja. Selain itu, berkembangnya usaha akibat meningkatnya permintaan pasar juga mendorong pelaku UMKM untuk menambah tenaga kerja guna memenuhi 61 kebutuhan produksi dan pelayanan. Dengan demikian, pertumbuhan UMKM tidak hanya

berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Oleh karena itu, penyerapan tenaga kerja menjadi bukti bahwa integrasi budaya India Muslim dan Melayu tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai sosial yang signifikan dalam pembangunan ekonomi berbasis komunitas. D. Implikasi Penelitian Penelitian ini memiliki implikasi yang penting baik secara teoritis maupun praktis dalam pengembangan UMKM makanan halal berbasis budaya di Kampung Madras, Medan. Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat kajian mengenai peran budaya sebagai faktor yang memengaruhi aktivitas ekonomi, khususnya dalam konteks UMKM.

Budaya tidak hanya dipahami sebagai identitas sosial, tetapi juga sebagai modal sosial yang mampu membentuk perilaku ekonomi, menciptakan nilai tambah produk, serta meningkatkan daya saing usaha. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan teori yang mengaitkan aspek budaya dengan ekonomi lokal dan ekonomi Islam. Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM agar lebih menyadari pentingnya mempertahankan nilai-nilai budaya dalam menjalankan usaha. Budaya India Muslim dan Melayu terbukti mampu memberikan karakteristik unik pada produk makanan halal, sehingga dapat menjadi strategi diferensiasi di tengah persaingan pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha diharapkan tidak hanya fokus pada aspek keuntungan semata, tetapi juga menjaga nilai budaya sebagai bagian dari identitas usaha yang berkelanjutan. Selain itu, bagi

pemerintah dan pihak terkait, penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak cukup hanya melalui dukungan ekonomi seperti permodalan, tetapi juga perlu memperhatikan aspek budaya lokal. Program pembinaan dan pemberdayaan UMKM sebaiknya diarahkan pada penguatan potensi budaya sebagai keunggulan kompetitif, sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas. Implikasi lainnya adalah dalam perspektif ekonomi Islam, di mana penelitian ini menegaskan bahwa nilai-nilai syariah seperti kejujuran, kehalalan, dan keadilan dapat diimplementasikan secara nyata dalam kegiatan usaha. Hal ini menjadi bukti bahwa UMKM berbasis budaya tidak hanya berkontribusi secara ekonomi, tetapi juga memiliki nilai spiritual yang mendukung terciptanya keberkahan usaha.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, budaya memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk karakteristik dan keberlangsungan UMKM makanan halal di Kampung Madras, Medan. Nilai-nilai budaya tidak hanya memengaruhi cara produksi dan penyajian makanan, tetapi juga memengaruhi hubungan sosial, strategi usaha, serta daya tarik produk di mata konsumen. Perpaduan budaya yang ada di kawasan ini menjadi kekuatan utama yang mendukung perkembangan UMKM secara berkelanjutan.

1. Budaya India Muslim berperan dalam menjaga keaslian cita rasa, penggunaan resep turun-temurun, serta konsistensi terhadap prinsip kehalalan dalam proses produksi. Nilai tradisi yang kuat menjadikan produk makanan tetap memiliki identitas khas yang

membedakannya dari usaha kuliner lainnya.

2. Budaya Melayu berperan dalam kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi dengan selera pasar yang beragam serta membangun komunikasi yang lebih terbuka dengan konsumen. Hal ini membantu UMKM memperluas jangkauan pasar tanpa menghilangkan ciri budaya yang dimiliki.

3. Budaya juga berfungsi sebagai modal sosial yang memperkuat kepercayaan, kedekatan emosional, dan loyalitas antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga mendukung keberlangsungan UMKM dalam jangka panjang meskipun menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, persaingan usaha, dan perubahan pola konsumsi masyarakat.

### Saran

1. Bagi Pelaku UMKM Pelaku UMKM makanan halal di Kampung Madras diharapkan tetap mempertahankan nilai-nilai budaya yang menjadi ciri khas usaha, sekaligus meningkatkan inovasi produk dan strategi pemasaran agar mampu menyesuaikan dengan perkembangan selera konsumen dan persaingan pasar.

2. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait Pemerintah diharapkan memberikan dukungan berupa pelatihan, pendampingan usaha, serta akses permodalan bagi pelaku UMKM, khususnya dalam pengembangan usaha berbasis budaya lokal, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih dalam dengan cakupan wilayah yang lebih luas atau menggunakan pendekatan yang berbeda, seperti metode kuantitatif atau mixed methods, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait peran budaya dalam pengembangan UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, U. S. Z. (2017). Peranan Warisan Budaya dalam Industri Halal Asia Tenggara. *Buletin UniSZA*, Edisi Disember. Universiti Sultan Zainal Abidin (UniSZA), Malaysia. Al-Qur'an. Terjemahan Tafsir Tahlil. Kementerian Agama Republik Indonesia. Alrasyid, H. A. R. (2026).
- Becoming Malay: Cultural integration of Indian Muslims to Malay culture in North Sumatra, Indonesia. *Journal of Al-Tamaddun*, 21(1), 249–266.
- Bernando, F. O., & Pratiwi, A. (2025). Social media adoption, halal orientation, and business performance of food and beverage MSMEs in Indonesia. *Society*, 13(1), 507–525.
- Che Mat Safiee, W. N., et al. (2025). Developing halal edugastronomy tourism framework based on cultural variety in multicultural society. *Food Research*, 9(1), 145–158.
- Hani, F. N., & Maulida, T. (2025). Development of halal food MSMEs in multicultural areas: Challenges and cultural preservation. *Journal of Culinary Education and Local Wisdom*, 7(2), 145–162.
- Harsanto, B., et al. (2026). Modeling the halal value chain: A simulation-based approach for Indonesian MSMEs. *Humanities and Social Sciences Communications*, 13(1), Article 6724.
- Kartawinata, B. R., et al. (2024). Culinary MSME consumers' attitude toward halal label on online food delivery platforms. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 678–695.
- Konsumen Muslim di Kota Manado. Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia (UII), Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya.
- Kurniadi, A., & Salsabila, N. (2025). The role of cultural capital in halal MSMEs products towards global sharia economy. *Majalah Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 45–62. Maulana, M. K., & Dwiputri, R. M. (2026). Advancing sustainability in culinary: Examining the role of halal supply chain management in MSMEs. *European Journal of Sustainable Development Research*, 10(1), Article em0363.