



ASPEK SYARIAH DAN HALAL**Annisa Aulia Azzahra**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Marizqa Mustika Dara

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Nazla Minda Mahira

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Dini Vientiany

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Korespondensi penulis: nazlaminda@gmail.com

Abstract *This research discusses the concept of sharia and halal becoming increasingly important in business practices in Muslim-majority societies, especially in ensuring compliance with Islamic principles in economic activities. The aim of this research is to analyze the influence of implementing sharia and halal in business, as well as to understand company halal policies and their relevance in business feasibility studies. The method used in this research is a literature review that collects and analyzes reliable sources regarding sharia, halal and sharia business practices. Data was obtained from various references, including literature on sharia, halal, business ethics, and halal policies in companies, as well as analysis of business practices in markets that are predominantly Muslim. Implementing sharia and halal aspects in business not only increases consumer confidence, but also opens up wider market opportunities. Clear halal policies and halal SOPs help ensure products meet halal standards. Thus, the integration of sharia and halal in business strategy is a strategic step to achieve long-term growth and sustainability.*

Keyword: *Sharia, Halal, Halal policy*

Abstrak Penelitian ini membahas tentang konsep syariah dan halal menjadi semakin penting dalam praktik bisnis di masyarakat mayoritas Muslim, terutama dalam menjamin kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan ekonomi. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh penerapan syariah dan halal dalam bisnis, serta untuk memahami kebijakan halal perusahaan dan relevansinya dalam studi kelayakan bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian literatur yang mengumpulkan dan menganalisis sumber-sumber terpercaya mengenai syariah, halal, dan praktik bisnis syariah. Data diperoleh dari berbagai referensi, termasuk literatur tentang syariah, halal, etika bisnis, dan kebijakan halal dalam perusahaan, serta analisis praktik bisnis di pasar yang mayoritas Muslim. Penerapan aspek syariah dan halal dalam bisnis tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas. Kebijakan halal dan SOP halal yang jelas membantu memastikan produk memenuhi standar halal. Dengan demikian, integrasi syariah dan halal dalam strategi bisnis adalah langkah strategis untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

Kata kunci: *Syariah, Halal, Kebijakan halal*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri halal global menunjukkan semakin pentingnya penerapan standar halal yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Produk halal tidak hanya dinilai dari segi bahan-bahan yang digunakan, tetapi juga dari proses produksi dan distribusinya, yang harus sejalan dengan ketentuan syariah. Sebagai panduan utama dalam kehidupan umat Islam, syariah menetapkan batasan-batasan mengenai apa yang boleh dikonsumsi

Received Oktober 30, 2024; Revised Desember 30, 2024; Februari 02, 2025

* Annisa Aulia Azzahra, nazlaminda@gmail.com

atau digunakan, serta tata cara produksinya, termasuk aspek kebersihan, etika, dan transparansi. Aspek syariah memainkan peran penting dalam menjaga integritas konsep halal. Sertifikasi halal, yang diterbitkan oleh otoritas yang berwenang, memastikan bahwa produk tersebut bebas dari bahan-bahan yang diharamkan dan diproduksi dengan cara yang sesuai dengan hukum Islam. Sertifikasi ini mencakup tidak hanya bahan baku, tetapi juga proses pengolahan, penyimpanan, dan pengangkutan produk.

Selain itu, perkembangan teknologi dan globalisasi memberikan tantangan sekaligus peluang bagi industri halal untuk terus berinovasi dalam memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Digitalisasi sertifikasi halal dan implementasi blockchain dalam rantai pasok halal, misalnya, menjadi salah satu cara untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam memastikan kehalalan produk. Namun, adopsi teknologi ini memerlukan kolaborasi yang erat antara produsen, otoritas sertifikasi, dan pemerintah untuk menciptakan ekosistem halal yang kuat. Di sisi lain, permintaan produk halal tidak lagi terbatas pada negara-negara mayoritas Muslim, tetapi juga meningkat di pasar global, khususnya di negara-negara non-Muslim dengan populasi Muslim yang terus bertumbuh. Hal ini menunjukkan potensi besar industri halal sebagai sektor yang strategis dan berkelanjutan. Dengan demikian, memahami peran aspek syariah dalam industri halal menjadi semakin relevan dalam menjawab kebutuhan konsumen Muslim global serta mendorong inovasi dan keberlanjutan industri.

Artikel ini akan mengkaji peran aspek syariah dalam memastikan kehalalan produk, pentingnya sertifikasi halal, dan tantangan yang dihadapi industri dalam mematuhi standar syariah. Pemahaman ini diharapkan dapat membantu produsen dan konsumen Muslim dalam memastikan bahwa produk yang mereka gunakan benar-benar halal dan tayyib (Al-Qaradawi, 1994).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang dikaji. Selain itu menggunakan studi pustaka (*library research*) yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan data melalui berbagai macam sumber yang tersedia di perpustakaan. Sumber-sumber tersebut dapat berupa buku referensi, hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, artikel, catatan, dan berbagai jurnal yang relevan dengan masalah yang ingin dipecahkan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian Syariah dan Halal

Secara bahasa, Syariat (*al-syari'ah*) berarti sumber air minum (*mawrid al-ma'li al-istisqa*) atau jalan lurus (*at-thariq al-mustaqim*). Sedangkan secara istilah Syariah bermakna perundang-undangan yang diturunkan Allah SWT melalui Rasulullah Muhammad SAW untuk seluruh umat manusia baik menyangkut masalah ibadah, akhlak, makanan, minuman, pakaian maupun muamalah (interaksi sesama manusia dalam berbagai aspek kehidupan) guna meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Dilihat dari segi ilmu hukum, syari'at merupakan norma hukum dasar yang ditetapkan Allah, yang wajib diikuti oleh orang Islam berdasarkan iman yang berkaitan dengan akhlak, baik dalam hubungannya dengan Allah maupun dengan sesama manusia dan benda dalam masyarakat. Norma hukum dasar ini dijelaskan atau dirinci lebih lanjut oleh Nabi Muhammad SAW sebagai Rasul-Nya. Karena itu, syariah terdapat di dalam al-Qur'an dan Hadits.

Kata halal berasal dari bahasa Arab dan lafaz *halla* yang berarti “lepas” atau “tidak terikat”. Dalam kamus istilah fikih, kata halal dipahami sebagai segala sesuatu yang boleh dikejakan atau dinamakan. Jadi, halal adalah sesuatu yang jika digunakan tidak mengakibatkan mendapat siksa (dosa). Halal adalah segala sesuatu yang dihalalkan oleh Allah dan Rasul-Nya dalam al-Qur'an maupun hadits baik dengan pernyataan tegas maupun dalam bentuk prinsip yang diperintahkan Allah atau Rasul-Nya, tidak dilarang, tidak membahayakan, atau sesuatu yang didiamkan Allah dan rasul-Nya (Ramadhani, 2015).

2. Pengertian Bisnis dan Bisnis Syariah

Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa kepada konsumen untuk mendapatkan laba. Secara historis, kata bisnis dari bahasa Inggris yaitu *business*. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Bisnis adalah semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang-barang melalui saluran yang produktif dari membeli bahan mentah sampai dengan menjual barang jadi. Dalam ekonomi kapitalis, dimana kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang

menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba.

3. Prinsip-prinsip Halal

Yusuf Qaradhawi secara khusus menyebutkan sejumlah prinsip berkaitan dengan aspek halal dan haram dalam muamalah, yaitu:

- a. Pada dasarnya segala sesuatu dalam muamalah halal hukumnya, asal sesuatu yang dicipta Allah adalah halal dan mubah tidak ada satupun yang haram, kecuali karena ada nash yang sah dan tegas dari syarif (yang berwenang membuat hukum itu sendiri, yaitu Allah dan Rasul) yang mengharamkannya.
- b. Penghalalan dan pengharaman atas sesuatu hanyalah wewenang Allah Swt semata.
- c. Mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram termasuk perilaku syirik terhadap Allah Swt.
- d. Mengharamkan yang halal akan mengakibatkan timbulnya kejahatan dan bahaya, mengharamkan sesuatu yang halal itu dapat membawa suatu keburukan dan bahaya.
- e. Sesuatu diharamkan karena sesuatu itu buruk dan berbahaya (Aliah, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Etika Bisnis Syari’ah

Etika dipahami sebagai seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia (*a code or set of principles which people live*). Berbeda dengan moral, etika merupakan refleksi kritis dan penjelasan rasional mengapa sesuatu itu baik dan buruk. Perbedaan etika bisnis syariah dengan etika bisnis yang selama ini dipahami dalam kajian ekonomi terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang (akhirat). Etika bisnis syariah bisa diwujudkan dalam bentuk ketulusan perusahaan dengan orientasi yang tidak hanya pada keuntungan perusahaan namun juga bermanfaat bagi masyarakat dalam arti arti sebenarnya. Bisnis yang dijalankan dengan melanggar prinsip-prinsip etika dan syariah seperti pemborosan, manipulasi, ketidakjujuran, monopoli, kolusi, dan nepotisme cenderung tidak produktif dan menimbulkan inefisiensi (Harahap, 2018)

2. Ciri Khas Bisnis Syaria'h

Bisnis syari'ah adalah aktivitas bisnis yang didasarkan kepada syari'ah Islam, ia memiliki karakteristik yang khas yang tidak ada dalam sistem bisnis lainnya. Beberapa karakteristik bisnis Islam tersebut adalah:

- a. Ilahiyah: Bersumber dari Wahyu Ilahi
- b. Sistematis: Harmoni Naqli dan 'Aqli
- c. Komprehensif (Syumuliyya): Mengatur Seluruh Bidang Bisnis Islam
- d. Universal: Bisa Dilaksanakan Kapan Saja, di Mana Saja, dan Keadaan Bagaimanapun Juga
- e. Mashlahah: Memberi Kemashlahatan bagi Manusia
- f. Duniawi dan Ukhrawi: Bersifat Keduniaan dan Keakhiratan.

3. Akad dalam Bisnis Syari'ah

Berikut ini akan dijelaskan bentuk-bentuk akad dalam fikih mu'amalah, dapat dibagi menjadi dua bagian:

a. Akad *Tabarru'*

Akad *tabarru'* (*gratuitous contract*) adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *non-for transaction* (transaksi nirlaba). Transaksi ini pada hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil. Akad *tabarru'* ini dilakukan dengan tujuan tolong-menolong dalam rangka berbuat kebaikan. Dalam akad *tabarru'* pihak yang berbuat kebaikan tidak berhak mensyaratkan imbalan apapun kepada pihak lainnya. Imbalan dari akad *tabarru'* adalah dari Allah Swt., bukan dari manusia.

b. Akad *Tijarah*

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa akad *tabarru'* adalah pada hakekatnya untuk mencari keuntungan akhirat olehnya itu bukan akad bisnis. Berbeda dengan akad *tijarah* adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *for profit transaction*. Akad-akad ini dilakukan untuk mencari keuntungan, karena bersifat komersial. Contoh akad *tijarah* adalah akad-akad investasi, jual beli, sewa-menyewa dan lain-lain (Darmawati H, 2018).

4. Kerjasama (Syirkah) dalam Bisnis Syari'ah

Bisnis syari'ah sebagaimana bisnis pada umumnya yang dibangun atas kerjasama berbagai pihak dalam mengembangkan usahanya. Namun kerjasama dalam bisnis

syari'ah tidak hanya dibangun atas dasar keuntungan dan pertimbangan aspek duniawiyah saja, namun juga dibangun atas dasar keridhoan Allah. Menurut An-Nabhani, berdasarkan kajian beliau terhadap berbagai hukum syirkah dan dalil-dalilnya, terdapat lima macam syirkah dalam islam: yaitu (1) syirkah inan; (2) syirkah abdan; (3) syirkah mudharabah; (4) syirkah wujud; dan (5) syirkah mufawadhah.

a. Syirkah Inan

Syirkah Inan adalah syirkah antara dua pihak atau lebih yang masing-masing memberi kontribusi kerja ('amal) dan modal (mal)

b. Syirkah Abdan

Syirkah Abdan adalah syirkah antara dua pihak atau lebih yang masing-masing hanya memberikan kontribusi kerja ('amal), tanpa kontribusi modal (mal).

c. Syirkah Mudharabah

Syirkah Mudharabah adalah syirkah antara dua pihak atau lebih dengan ketentuan, satu pihak memberikan kontribusi kerja ('amal), sedangkan pihak lain memberikan kontribusi modal (mal).

d. Syirkah Wujud

Syirkah Wujud disebut juga syirkah 'ala adz-dzimam. Disebut syirkah wujud karena didasarkan pada kedudukan, ketokohan, atau keahlian (wujud) seseorang ditengah masyarakat

e. Syirkah Mufawadhah

Syirkah Mufawadhah adalah syirkah anantara dua pihak atau lebih yang menggabungkan semua jenis syirkah diatas (syirkah inan,'abdan, mudharabah, dan wujud).

5. Kehalalan dalam Berbisnis

Keinginan manusia dalam memnuhi kebutuhan akan konsumsi halal membuat pemasok dan produsen menyesuaikan produk yang ditawarkan dengan standar halal dalam Islam. Sertifikasi halal sebagai sistem jaminan kualitas yang menyeluruh dapat digunakan untuk memenangkan persaingan pasar dengan memenuhi kebutuhan konsumen yang terjamin kehalalannya. Masih sedikitnya pasokan produk yang terjamin tingkat kehalalannya menjadikan peluang pasar halal yang masih sangat terbuka lebar yang dapat dimanfaatkan oleh industri kecil maupun industri besar. Dengan kata lain,

produk yang sudah bersertifikat halal akan lebih mudah untuk memasuki pasar internasional yang makin akomodatif dengan nilai-nilai yang diyakini umat Islam. Jika selama ini halal di Indonesia selalu ditanggapi dengan sentimen hegemoni agama, maka melalui tulisan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru kepada seluruh pemanfaat jasa dan barang yang selama ini berbeda pemahaman mengenai kebijakan halal. Dan akhirnya memberikan kesadaran kepada mereka bahwa Sertifikasi halal tidak akan merugikan agama lain, bahkan dapat memberikan jaminan agar produk mereka dapat diterima dengan mudah oleh konsumen muslim di seluruh dunia.

6. Kebijakan Halal Perusahaan

Kebijakan halal perusahaan adalah kebijakan yang diambil perusahaan terkait dengan produksi halal. Kebijakan halal merupakan *headline* yang akan menentukan arahan kerja dari perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan harus merumuskan kebijakan halal ini secara jelas untuk selanjutnya diuraikan dalam bentuk SOP.

a. Panduan Halal

Panduan halal merupakan uraian tentang halal haram menurut ketentuan syari'at Islam.

b. Sistem Organisasi Halal

Sistem organisasi halal merupakan sistem organisasi yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan sistem jaminan halal.

c. Penentuan Titik Kritis Keharaman Produk

Untuk mencegah terjadinya kesalahan dan penyimpangan dalam proses produksi halal, perusahaan perlu mengetahui dan menentukan titik-titik kritis keharaman produk (Harahap, 2018)

7. *Standard Operating Procedure* Halal (SOP Halal)

Kebijakan-kebijakan perusahaan tentang produksi halal secara operasional dirumuskan dalam Prosedur Pelaksanaan Baku (SOP). SOP tersebut menguraikan hal-hal atau tindakan-tindakan yang harus dilakukan oleh bagian operasional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Misalnya SOP untuk R&D menguraikan prosedur perubahan formula, penggantian bahan, dan pengembangan produk. SOP untuk bagian *purchasing* akan menjelaskan ketentuan tentang penentuan *supplier*, penggantian *supplier*, dan syarat-syarat kelengkapan order bahan, dsb. SOP untuk bagian QA/QC menguraikan tentang prosedur penggunaan bahan baku, dst.

a. Kriteria Supplier Halal

Supplier yang menyuplai bahan baku harus memenuhi kriteria halal, yaitu:

- 1) Sertifikasi Halal: Supplier harus memiliki sertifikat halal dari lembaga yang diakui, seperti MUI, untuk memastikan bahan yang disuplai halal.
- 2) Asal Bahan: Supplier harus menjamin bahwa bahan baku yang disuplai berasal dari sumber yang halal.
- 3) Proses Produksi: Supplier harus memastikan bahwa proses pengolahan bahan baku tidak mencampurkan bahan non-halal.

b. Penggantian Supplier

Jika terjadi penggantian supplier, proses yang dilakukan adalah:

- 1) Seleksi Ulang Supplier: Supplier baru harus diverifikasi untuk memastikan mereka memenuhi standar halal yang sama dengan supplier sebelumnya.
- 2) Kontrak Supplier: Dalam kontrak dengan supplier baru, harus disebutkan bahwa bahan baku yang disuplai harus halal dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

c. Syarat Kelengkapan Order Bahan

Pemesanan bahan baku harus dilengkapi dengan:

- 1) Dokumen Pendukung: Pemesanan bahan harus disertai dengan sertifikat halal atau surat keterangan dari supplier yang menjamin kehalalan bahan baku.
- 2) Verifikasi Bahan: Sebelum bahan diterima, tim harus memeriksa dokumen dan memastikan bahan tersebut halal.

d. Prosedur Penggunaan Bahan Baku

Proses penggunaan bahan baku harus mengikuti prosedur halal, antara lain:

- 1) Penyimpanan Bahan: Bahan baku harus disimpan terpisah dari bahan non-halal untuk menghindari kontaminasi.
- 2) Pengolahan Bahan: Selama pengolahan, bahan baku harus diproses dengan cara yang sesuai dengan prinsip halal.

8. Relevansi Aspek Syariah dan Halal dalam Studi Kelayakan Bisnis

Aspek syariah dan halal sangat krusial dalam studi kelayakan bisnis, khususnya di pasar mayoritas Muslim. Kepatuhan terhadap prinsip syariah seperti larangan riba,

gharar, dan maysir tidak hanya memastikan bisnis berjalan sesuai dengan nilai-nilai Islam, tetapi juga meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen. Produk yang telah tersertifikasi halal memberikan jaminan kualitas dan kepatuhan terhadap standar kebersihan dan keamanan, yang sangat dihargai di pasar global. Selain itu, sertifikasi halal menjadi syarat wajib di beberapa negara, membuka peluang bisnis untuk berekspansi ke wilayah dengan konsumen Muslim yang besar dan loyal, terutama dalam industri makanan, minuman, farmasi, kosmetik, hingga pariwisata.

Aspek ini juga mendorong inovasi produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen Muslim, menciptakan keunggulan kompetitif. Menerapkan prinsip syariah dapat meningkatkan daya tarik bisnis di pasar internasional, karena semakin banyak konsumen non-Muslim yang memilih produk halal, menganggapnya lebih berkualitas dan etis. Dengan demikian, mengintegrasikan aspek syariah dan halal dalam strategi bisnis tidak hanya bermanfaat untuk kepatuhan, tetapi juga sebagai langkah strategis untuk pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang (Tieman, 2013).

9. Studi Kasus Aspek Syariah dan Halal

Wisata halal merupakan salah satu bidang yang mendominasi perdagangan bebas. Iklim wisata global akan dipengaruhi dengan kuat oleh negara-negara yang mampu menguasai bisnis pangan dunia. Kompetisi perdagangan bebas menekankan pada harga dan kualitas. Sebuah teori kunci untuk perdagangan; yang harus dipahami adalah bahwa pertumbuhan suatu bisnis sering tergantung pada daya saing yang kuat dan secara bertahap membangun inti dari pelanggan setia yang dapat diperluas dari waktu ke waktu. Terciptanya kedaulatan wisata halal dalam negeri akan menjadi urgensi kemampuan bangsa kita bersaing dalam perdagangan pangan global.

Wisata Halal atau Halal Tourism adalah salah satu sistem pariwisata yang di peruntukan bagi wisatawan Muslim yang pelaksanaannya mematuhi aturan Syariah. Dalam hal ini hotel yang mengusung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita.

Dan ada beberapa letak wisata halal di Indonesia ini yang berstandar syariah, seperti di Aceh ada Pantai Lampuuk dimana pantai lampuuk Menawarkan keindahan alam dengan fasilitas yang mendukung wisata halal, seperti restoran yang menyediakan makanan halal dan tempat ibadah yang memadai dan juga Masjid Raya Baiturrahman

Selain menjadi objek wisata religi, masjid ini juga menyediakan fasilitas untuk wisatawan Muslim.

Di Yogyakarta ada Taman Sari dimana tempat wisata bersejarah yang menyediakan fasilitas syariah, serta restoran dengan menu halal dan juga Malioboro Salah satu jalan utama di Yogyakarta yang kini banyak menyediakan restoran halal dan penginapan syariah, serta masjid untuk salat.

KESIMPULAN

Konsep syariah dan halal memainkan peranan penting dalam bisnis syariah, yang tidak hanya mematuhi prinsip-prinsip hukum Islam, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai etika dan moral. Syariah mengatur seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam praktik bisnis, yang menekankan keadilan, transparansi, dan kemaslahatan bagi masyarakat. Prinsip halal menjamin bahwa setiap produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan ketentuan agama, sehingga menciptakan kepercayaan di kalangan konsumen.

Bisnis syariah memiliki karakteristik yang unik, di mana kerjasama antar pihak tidak hanya berfokus pada keuntungan duniawi, tetapi juga pada keridhoan Allah. Berbagai bentuk akad, seperti akad tabarru' dan akad tijarah, mendasari interaksi bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Kebijakan halal perusahaan, termasuk SOP halal, sangat penting untuk memastikan bahwa semua proses produksi mematuhi standar halal, memberikan jaminan kualitas dan keamanan produk.

Dalam konteks studi kelayakan bisnis, penerapan aspek syariah dan halal sangat relevan, terutama di pasar yang mayoritas Muslim. Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dan sertifikasi halal tidak hanya membuka peluang pasar yang lebih luas tetapi juga meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen, baik dari kalangan Muslim maupun non-Muslim. Dengan demikian, integrasi syariah dan halal dalam strategi bisnis menjadi langkah strategis untuk pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. (2020). Pengantar Bisnis: Pengantar Bisnis. In *Academia.edu* (Issue Pengantar Bisnis).
- Aliah, K. I. (2019). Prinsip Kehalalan. *Uin Alauddin Makassar*.
- Al-Qaradawi, Yusuf. (1994). *Halal dan Haram dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Darmawati H. (2018). Akad Dalam Transaksi Ekonomi Islam. *Sulesana*, 12(2), 144–167.
<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/sls/article/view/7578>

- Harahap, S. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis : Pendekatan Integratif*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Misno, A. (2013). Pengertian, Tujuan, dan Prinsip-Prinsip Bisnis Islam. *Eksa4103*, 14. <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/EKSA4103-M1.pdf>
- Nurhayati, N. (2018). Memahami Konsep perkembangan teknologi komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam*, 2(2), 124–134.
- Ramadhani, G. (2015). Halal dan Haram dalam Islam. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 2(1), 20–26.
- Tieman, M. (2013). Establishing the principles in halal logistics. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 1(2), 1-13.
- Try Astuti, A. R., & Ruqiah. (2020). Bisnis Halal Dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis. *AL MA'ARIEF : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 1(2), 142–156. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v1i2.1139>