



# MANAJEMEN BISNIS HALAL

**Elis Nurhasanah, S.Sy., M.Si., Agustin Windianingsih, ST., M.M.,  
Siti Murtiyani, SE., M.Si., Akt., Ph.D., Nur Ayu Anggraeni Utarto.,  
Muhamad Wawang Darmawan, Lc, M.E.Sy., Trisna Wijaya, S.E.I., M.E.Sy.,  
Muhammad Dzulfaqori Jatnika, S.Pd., M.S.E.I., Abi Suryono, SE., Ak.,  
M.Ak., AWP, CA., Acep Zoni Saeful Mubarak., Qiny Shonia Az Zahra, S.E.,  
M.E., Mohamad Ainun Najib, Lc., M.S.I.**

**Editor: Abdi Fadhlán, S.E., M.M.**



# MANAJEMEN BISNIS HALAL

**Elis Nurhasanah, S.Sy., M.Si.,  
Agustin Widianingsih, S.T., M.M.,  
Siti Murtiyani, SE., M.Si., Akt., Ph.D.,  
Nur Ayu Anggraeni Utarto, M.IKom,  
Muhamad Wawang Darmawan Lc, MESy,  
Trisna Wijaya, S.E.I., M.E.Sy.,  
Muhammad Dzulfaqori Jatnika,  
Abi Suryono, SE., Ak., M.Ak., AWP., CA.,  
Acep Zoni Saeful Mubarok, Qiny Shonia Az Zahra,  
Mohamad Ainun Najib, Lc., M.S.I**

# **Manajemen Bisnis Halal**

Copyright© PT Penamudamedia, 2023

## **Penulis:**

Elis Nurhasanah, S.Sy., M.Si., Agustin Widianingsih, S.T., M.M., Siti Murtiyani, SE.,M.Si.,Akt.,Ph.D., Nur Ayu Anggraeni Utarto, M.IKom, Muhamad Wawang Darmawan Lc, MESy, Trisna Wijaya, S.E.I.,M.E.Sy., Muhammad Dzulfaqori Jatnika, Abi Suryono, SE., Ak., M.Ak., AWP., CA., Acep Zoni Saeful Mubarak, Qiny Shonia Az Zahra, Mohamad Ainun Najib, Lc., M.S.I

## **Editor:**

Abdi Fadhlán, S.E., M.M.

## **ISBN:**

978-623-09-4588-5

## **Desain Sampul:**

Tim PT Penamuda Media

## **Tata Letak:**

Enbookdesign

## **Diterbitkan Oleh**

### **PT Penamuda Media**

Casa Sidoarium RT 03 Ngentak, Sidoarium Dodeam Sleman Yogyakarta

HP/Whatsapp : +6285700592256  
Email : penamudamedia@gmail.com  
Web : www.penamuda.com  
Instagram : @penamudamedia

Cetakan Pertama, Juli 2023

x + 178, 15x23 cm

*Hak cipta dilindungi oleh undang-undang  
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku  
tanpa izin Penerbit*



# Kata Pengantar

Kepada para pembaca yang terhormat,

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi yang begitu pesat, kebutuhan akan manajemen bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip halal semakin meningkat. Dalam konteks ini, dengan bangga kami mempersembahkan buku ini yang berjudul "Manajemen Bisnis Halal."

Buku ini disusun dengan tujuan memberikan pemahaman yang mendalam tentang konsep dan praktik manajemen bisnis halal yang relevan dan berlaku secara global. Kami percaya bahwa dalam menjalankan bisnis, tidak hanya faktor keuntungan semata yang harus dipertimbangkan, tetapi juga penting untuk mempertimbangkan aspek etika dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal.

Melalui buku ini, kami berharap dapat memberikan panduan yang jelas dan komprehensif tentang bagaimana membangun dan mengelola bisnis yang halal dengan baik. Kami membahas berbagai aspek penting seperti pemahaman konsep dasar halal, pemahaman masyarakat tentang industri halal, mekanisme akuntansi keuangan syariah, mekanisme pemasaran syariah, mekanisme halal produk *fashion*, industri halal di Indonesia, audit halal, dan pendampingan proses produk halal.

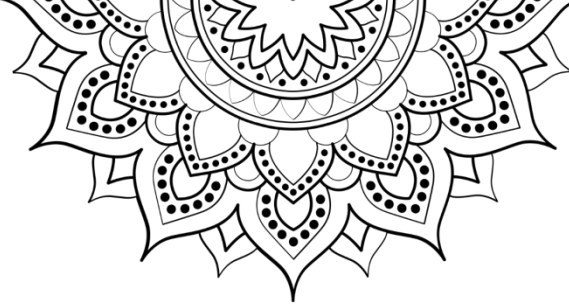
Dalam proses penulisan buku ini, kami didukung oleh para ahli dan praktisi bisnis yang berpengalaman dalam bidang manajemen bisnis halal. Kami berharap bahwa buku ini tidak hanya menjadi referensi yang berharga bagi para pemilik bisnis, akademisi dan profesional, tetapi juga dapat menjadi sumber inspirasi bagi generasi muda yang ingin membangun bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal.

Kami berterima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam proses pembuatan buku ini. Kami juga berharap bahwa buku ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi semua pembaca yang ingin mengembangkan bisnis mereka dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip kehalalan.

Terakhir, kami berharap agar buku ini dapat menjadi langkah awal yang bermanfaat dalam membangun kesuksesan bisnis yang berkelanjutan dan mendapatkan ridha Allah SWT.

Abdi Fadhlán, S.E., M.M.

**Editor**



# Daftar Isi

|                                                                  |            |
|------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                       | <b>v</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                          | <b>vii</b> |
| <b>BAB 1. PEMAHAMAN KONSEP DASAR HALAL .....</b>                 | <b>1</b>   |
| A. Definisi Halal .....                                          | 1          |
| B. Ayat dan Hadits Dasar Penetapan Halal .....                   | 4          |
| C. Prinsip-prinsip Dasar Halal .....                             | 7          |
| D. Penerapan Konsep Dasar Halal .....                            | 9          |
| <b>BAB 2. PEMAHAMAN MASYARAKAT TENTANG INDUSTRI HALAL .....</b>  | <b>13</b>  |
| A. Konsep Halal dalam Islam .....                                | 15         |
| B. Halal Awareness .....                                         | 16         |
| C. Konsep Industri Halal .....                                   | 17         |
| D. Ekosistem Pendukung Industri Halal .....                      | 18         |
| E. Kondisi Industri Halal .....                                  | 19         |
| F. Analisis Pemahaman UMKM terhadap Kebijakan Produk Halal ..... | 20         |
| G. Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan .....  | 21         |

|                                                          |                                                                                                         |           |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| H.                                                       | Potensi Industri Halal di Indonesia .....                                                               | 24        |
| I.                                                       | Tantangan Industri Halal di Indonesia.....                                                              | 26        |
| J.                                                       | Edukasi Pengolahan Makanan Halal Untuk Meningkatkan<br>Pemahaman Masyarakat Terhadap Makanan Halal..... | 28        |
| K.                                                       | Pemahaman Masyarakat akan Makna Halal dan Tayib .....                                                   | 30        |
| L.                                                       | Gaya hidup halal (halal <i>lifestyle</i> ) .....                                                        | 30        |
| <b>BAB 3. MEKANISME AKUNTANSI KEUANGAN SYARIAH .....</b> |                                                                                                         | <b>32</b> |
| A.                                                       | Landasan Muamalah.....                                                                                  | 34        |
| B.                                                       | Ruang Lingkup Muamalah .....                                                                            | 35        |
| C.                                                       | Akad Transaksi Muamalah.....                                                                            | 36        |
| D.                                                       | Jenis-Jenis Barang.....                                                                                 | 37        |
| E.                                                       | Mekanisme Transaksi Jual Beli Musawamah (Bai') .....                                                    | 37        |
| F.                                                       | Mekanisme Transaksi <i>Ijarah</i> (Sewa/ Jasa) .....                                                    | 40        |
| G.                                                       | Mekanisme Transaksi <i>Samsarah</i> (Makelar) .....                                                     | 41        |
| H.                                                       | Mekanisme Transaksi <i>Shirkah</i> (kerjasama usaha) .....                                              | 41        |
| I.                                                       | Mekanisme Transaksi <i>Qardh</i> (Pinjaman) .....                                                       | 42        |
| <b>BAB 4. MEKANISME PEMASARAN SYARIAH .....</b>          |                                                                                                         | <b>44</b> |
| A.                                                       | Pengertian Mekanisme Pemasaran Syariah .....                                                            | 44        |
| B.                                                       | Karakteristik Pemasaran Syariah .....                                                                   | 46        |
| C.                                                       | Prinsip Pemasaran Syariah.....                                                                          | 49        |
| D.                                                       | Tujuan Pemasaran Syariah.....                                                                           | 54        |
| E.                                                       | Mekanisme Pemasaran Syariah .....                                                                       | 56        |
| F.                                                       | Etika Pemasaran Syariah.....                                                                            | 60        |



|                                                                      |            |
|----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>BAB 5. MEKANISME HALAL PRODUK <i>FASHION</i> .....</b>            | <b>65</b>  |
| A. Metode .....                                                      | 67         |
| B. Hasil.....                                                        | 67         |
| C. Pembahasan .....                                                  | 69         |
| D. Kesimpulan .....                                                  | 73         |
| <b>BAB 6. PEMAHAMAN KONSEP DASAR HALAL .....</b>                     | <b>75</b>  |
| A. Hukum Bisnis Dalam Islam.....                                     | 75         |
| B. Bisnis Halal Merupakan Suatu Kewajiban Bagi Muslim .....          | 77         |
| C. Transaksi-transaksi Bisnis Yang Diharamkan Dalam Islam .....      | 80         |
| <b>BAB 7. INDUSTRI HALAL DI INDONESIA .....</b>                      | <b>96</b>  |
| A. Posisi Industri Halal Indonesia di Mata Dunia Internasional ....  | 96         |
| B. Peluang Industri Halal di Indonesia .....                         | 100        |
| C. Tantangan Industri Halal di Indonesia.....                        | 102        |
| D. Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia .....           | 104        |
| <b>BAB 8. AUDIT HALAL PENDAMPINGAN PROSES PRODUK HALAL .....</b>     | <b>113</b> |
| A. Urgensi Sertifikasi Halal .....                                   | 115        |
| B. Pengajuan Sertifikasi Halal: Reguler dan <i>Selfdeclare</i> ..... | 116        |
| C. Pendampingan Proses Produk Halal .....                            | 121        |
| D. Urgensi Pendampingan Halal.....                                   | 122        |
| E. Pendamping Halal .....                                            | 124        |
| F. Penutup.....                                                      | 127        |
| <b>BAB 9. MANAJEMEN PRODUKSI HALAL .....</b>                         | <b>129</b> |
| A. Konsep Manajemen Produksi Halal .....                             | 130        |
| B. Fungsi dan Tujuan Manajemen Produksi Halal .....                  | 133        |

|                                                        |            |
|--------------------------------------------------------|------------|
| C. Prinsip Produksi Halal .....                        | 137        |
| D. Etika Produksi Halal.....                           | 139        |
| E. Faktor-Faktor Produksi Halal .....                  | 140        |
| <b>BAB 10. HALAL HARAM DALAM TRANSAKSI BISNIS.....</b> | <b>143</b> |
| A. Konsep Halal Haram dalam Islam .....                | 145        |
| B. Konsep Bisnis Syariah.....                          | 147        |
| C. Landasan Halal Haram Dalam Bisnis Syariah .....     | 148        |
| D. Falsafah dan Prinsip-prinsip Bisnis Syariah.....    | 151        |
| E. Halal Haram Dalam Bisnis Islam .....                | 152        |
| F. Barang-barang yang termasuk Monopoli .....          | 157        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                            | <b>159</b> |
| <b>TENTANG PENULIS .....</b>                           | <b>171</b> |



# Pemahaman Konsep Dasar Halal

**H**alal merupakan istilah yang sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan umat Islam. Namun, apakah kita benar-benar memahami konsep dasar halal dengan baik? Dalam tulisan ini, kita akan membahas tentang konsep dasar halal, termasuk pengertian, prinsip-prinsip, dan manfaatnya.



## A. Definisi Halal

Halal dalam Kaidah Fiqh (حلال) adalah istilah bahasa Arab dalam agama Islam yang berarti “diizinkan” atau “boleh”. Al-Quran menggunakan istilah "halal" dan "haram" dalam berbagai konteks untuk merujuk pada berbagai konsep, beberapa di antaranya berkaitan dengan makanan dan minuman. Hadis Nabi juga menggunakan kedua istilah tersebut. Halal secara bahasa, menurut beberapa teori,



# MANAJEMEN BISNIS HALAL

Dalam buku "Manajemen Bisnis Halal" para pembaca akan diajak untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai halal. Di tengah perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, buku ini menjadi panduan yang sangat relevan bagi para pemilik bisnis, manajer, akademisi dan para profesional yang ingin membangun bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan. Buku ini tidak hanya mengulas konsep dasar tentang manajemen bisnis halal, tetapi juga membahas berbagai aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam menjalankan bisnis yang halal. Mulai dari pemahaman tentang konsep dasar halal, hingga pendampingan proses produk halal. Buku ini juga membahas tentang pentingnya sertifikasi halal, pemasaran dan branding yang halal, serta etika bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal.

Buku ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga memberikan inspirasi dan motivasi bagi pembaca untuk melihat peluang bisnis yang lebih luas di pasar yang semakin sadar akan kehalalan.

Dengan pembahasan yang mendalam dan berimbang, buku ini mendorong pembaca untuk memahami pentingnya integritas, kepatuhan terhadap hukum agama, dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan bisnis. Pembaca juga akan diajak untuk mempertimbangkan dampak bisnis mereka terhadap lingkungan dan masyarakat secara keseluruhan.

Ditulis oleh para ahli dan praktisi bisnis yang berpengalaman di bidang manajemen bisnis halal, buku ini menyajikan konten yang dapat diaplikasikan dalam berbagai sektor bisnis dan skala usaha. Dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, buku ini cocok untuk para pembaca yang tertarik dalam mengembangkan bisnis yang berkesinambungan, menjunjung tinggi prinsip kehalalan, dan meraih keberkahan dalam bisnis mereka.

"Manajemen Bisnis Halal " adalah buku yang wajib dibaca bagi para pemilik bisnis, manajer, dan siapa pun yang ingin memahami dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen bisnis halal. Dengan panduan praktis dan wawasan mendalam, buku ini akan membantu pembaca meraih kesuksesan yang berkelanjutan dalam bisnis mereka sambil tetap memegang teguh prinsip-prinsip kehalalan.

ISBN 978-623-09-4588-5



9 786230 945885



PT Penerbit Penamuda Media  
Godean, Yogyakarta  
085700592256  
@penamuda\_media  
penamuda.com