

# Kerangka Bisnis Model Canvas pada Industri Halal dalam Perspektif Maqashid Syariah

Alifya Nurul Falach<sup>1</sup>, Moch. Mahsun<sup>2</sup>, Kasuwi Saiban<sup>3</sup>

- <sup>1</sup> Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia;  
[alifyafalach@gmail.com](mailto:alifyafalach@gmail.com)
- <sup>2</sup> Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia;  
[mahsunmohammad@gmail.com](mailto:mahsunmohammad@gmail.com)
- <sup>3</sup> Universitas Merdeka Malang, Indonesia;  
[kasuwi.saiban@gmail.com](mailto:kasuwi.saiban@gmail.com)

IDAROTUNA: Jurnal  
Administrative Science

Vol 5 No 1 Mei 2024  
<https://doi.org/10.54471/idarotuna.v5i1.92>

Received: April 29, 2024  
Accepted: April 30, 2024  
Published: May 30, 2024

**Publisher's Note:** Program Study Office Administrative stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



**Copyright:** © 2024 by the authors.  
Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract :** The global trend of the halal business and the halal lifestyle should be supported by suitable policies that align with Islamic economic theory. This concept needs to have *maslahah* according to *sharia* *maqashid*. However, there is also a business plan, known as the Business Model Canvas (BMC), that is universally applicable to all types of enterprises. The purpose of this study is to investigate the halal industry's business structure from a *maqashid* *Syariah* standpoint using a canvas business model approach. A qualitative literature review is the methodology employed, with data from numerous research publications pertinent to the study issue. Based on Islamic economics in the halal industry and *Maqashid* *Syariah*, including *maqashid* *dharuriyah*, *hajiyat*, and *tahsiniat*, the research results demonstrate that the BMC conceptual framework includes nine elements: customer segments, value proposition, channels, customer relationships, key resources, key activities, revenue streams, and cost structures. at a practical level.

**Keywords:** *Canvas Model Business, Halal Industry, Maqashid* *Syariah*.

## Pendahuluan

Saat ini tren bisnis global mulai mengacu pada aturan ekonomi Islam seiring kesadaran masyarakat pada konsumsi produk halal dan berkembangnya industri halal. Industri halal telah dikembangkan oleh negara muslim maupun sekuler dan mengacu pada perilaku bisnis sesuai ketentuan syariat Islam tetapi tidak harus pelaku usaha tersebut umat Islam. Terdapat perbedaan mendasar berkaitan alasan sebuah negara mengambil peran sebagai produsen produk halal. Negara Islam mengembangkan industri halal sebagai bentuk ketaatan dalam menjalankan aturan agama sedangkan negara sekuler melihat dari sudut pangsa pasar muslim yang terus meningkat. Oleh karena itu sesuai filosofi ekonomi Islam sudah semestinya parameter yang digunakan dalam design bisnis halal tidak hanya mengacu pada materiil semata tapi juga harus berdasar dimensi spiritual.

Total konsumsi industri halal dunia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, berikut total konsumsi halal dunia. (Sukoso et al. 2020)

Tabel 1  
Total Konsumsi Industri Halal Dunia

No	Sektor Industri Halal	Nilai Realisasi & Prediksi (USD, miliar)			Posisi Indonesia	Nilai (USD, miliar)
		2018	2024	Naik (%)		
1	Makanan Halal	1,37	1,97	6,3	1	173
2	Keuangan Islam	2,52	3,47	5,5	7	86
3	Travel Halal	189	274	6,4	5	11
4	Fesyen Halal	283	402	6,0	3	21
5	Media & Rekreasi	220	309	5,8	6	10
6	Farmasi Halal	92	134	6,5	4	5
7	Kosmetik Halal	64	95	6,8	2	4

Sumber : Thomson Reuters (2019) Dalam Sukoso et,al (2020)

Berdasar data diatas. Hampir semua sector bisnis halal mengalami prediksi peningkatan. Secara berurutan posisi Indonesia memiliki progress yang cukup besar dikancah global secara nilai dan posisi sector makanan halal semestinya menjadi priorotas usaha yang harus dikembangkan. Diskursus perkembangan industri halal tidak pernah terlepas dari syariat Islam sebagai pondasi dasar. Semua stakeholder harus memiliki pemahaman komprehensif berkaitan dengan kehalalan produk dan praktik ekonomi Islam.

Untuk memajukan sebuah industry berbagai pendekatan dapat dilakukan salah satunya yang saat ini cukup populer adalah design Bisnis Model Canvas (BMC). Ontologi

BMC dikembangkan Alexander Osterwalder pada tahun 2004 dalam disertasi doktoralnya dan pada tahun 2010 versi kanvas di terbitkan merupakan hasil kolaborasi Oswalder dan Pigner dengan 470 praktisi dari 45 Negara yang direkrut dari Business Model Alchemist dan konseptual ini memberi kontribusi besar bagi kalangan akademisi dan praktisi.(Sparviero 2019)

Islam telah mengatur segala aspek kehidupan manusia termasuk dalam dunia bisnis yang kompleks. Pada praktiknya dalam bisnis bukanlah hal yang mudah menyeimbangkan antara hubungan yang baik antara manusia dengan sang pencipta. Oleh karena itu pentingnya mengedepankan masalah. Masalah itu sendiri merupakan maqashid Syariah yaitu untuk menarik masalah dan menolak mafsadah.(Rismana and Hariyanto 2021)

Maqashid Syariah menjadi alasan adanya aturan dalam ajaran Islam dan tidak bisa lepas dalam upaya pembangunan ekonomi Syariah sehingga pencapaian kemaslahatan seluruh umat manusia harus mengarah sesuai maqashid Syariah. Dari segi ekonomi, maqashid Syariah harus berimplikasi bagi seluruh umat manusia dalam perilaku ekonomi baik sebagai produsen maupun konsumen.(Hafidz 2015)

Konsep Maqashid Syariah sudah muncul pasca era sahabat dengan munculnya generasi generasi cendekiawan muslim kajian Maqashid Syariah yang kajiannya mengalami perkembangan dan saling melengkapi mulai Al Tirmidzi (908M), Abu Zaid al Bakhili (933 M), Al-Qaffal al-Kabir (975 M), Ibnu Babawaih al Qummi (991 M), Abu al Ma'ali al Juwaini (1085 M), Abu Hamid Al Ghazali (1111 M), Al Izz Ibn Abd al Salam (1209 M), dan Abu Ishaq al Syaitibi (1388 M). Kemudian menjawab tantangan dan problematika zaman abad ke 20 M muncul maqashid Syariah komtemporer yang dipopulerkan Prof. Jasser Auda.(Wahid 2018)

Kajian BMC maupun Maqashid Syariah menjadi penelitian yang menarik hingga saat ini karena dianggap menjelaskan aspek yang komprehensif dan efektif seperti yang dilakukan (Ratnasari and Sunarto 2021) menganalisis penerapan BMC pada UKM di Kota Batu, (Hambali and Andarini 2021) mengembangkan bisnis melalui BMC dan SWOT, (Hartatik and Baroto 2017) menganalisis pengembangan bisnis melalui BMC, Matrik IFE, EFE dan SWOT, (Sarkawi et al. 2017) Menguraikan penerapan filosofi Maqashid Syariah dalam membangun lingkungan, (Nugraha et al. 2020) menganalisis kinerja perbankan syariah berdasar maqashid Syariah di Indonesia dan Bahrain, (Hadi and Baihaqi 2021) mengulas motif CSR berdasar tinjauan Maqashid Syariah.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya kajian Business Model Canvas dan Maqashid Syariah pada industry halal masih menjadi bahasan yang terpisah sehingga menjadi fenomena yang menarik penelitian akan membahas study konseptual Kerangka BMC Pada Industri Halal dalam perspektif Maqashid Syariah.

## **Metode**

Metode Penelitian yang di gunakan adalah study kepustakaan. Syaibani (2012) dalam (Azizah and Purwoko 2019) menyatakan bahwa dalam studi kepustakaan peneliti akan mengumpulkan informasi yang relevan terkait topik penelitian. Dalam penelitian ini informasi diperoleh melalui jurnal terkait topik pembahasan yaitu BMC, industry halal dan Maqashid Syariah baik nasional maupun internasional.

Analisa data melalui reduksi, katagorisasi data dan verifikasi. Reduksi data dalam penelitian memilih semua data yang ada disesuaikan dengan topik penelitian. Data yang sudah direduksi dilakukan kategorisasi sesuai topik yaitu Kerangka BMC pada industry halal dalam perspektif maqashid Syariah. Tahapan terakhir adalah verifikasi data dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu mengkomparasikan antara satu sumber data dengan sumber data lainnya (Neuman & Djamba, 2014).

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Dinamika Industri Halal**

Industry halal meliputi sector industry keuangan, fashion, perhotelan, logistic, makanan dan minuman, kosmetik dan perawatan pribadi serta pariwisata halal. (Sukoso et al. 2020). Pertumbuhan pasar industry halal dunia dipengaruhi oleh factor materiil maupun spiritual antara lain adanya peningkatan jumlah populasi muslim dunia, peningkatan produk domestic bruto negara Islam, peningkatan kesadaran religious dari masyarakat muslim bahkan religiositas industry halal mendapat respon positif dari konsumen non muslim, serta keberadaan teknologi dan halal lifestyle. (Isef.co.id)

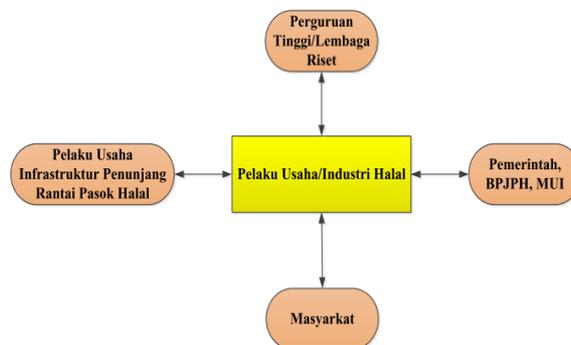
Pengembangan industry halal di Indonesia menghadapi banyak peluang dan disisi lain lain juga menghadapi berbagai tantangan. Meski menduduki peringkat pertama negara mayoritas Muslim terbesar di dunia, ironisnya perkembangan industry halal justru harus berhadapan dengan beberapa hal seperti pemahaman masyarakat pada industry halal masih

rendah, kurangnya produk yang inovatif dan kreatif, kurangnya Sumber Daya Manusia yang kompeten dan terbatasnya jaringan (*Network*), serta *Mindset* masyarakat pada industry halal (Amin, 2017)

Polemic tersebut diatas harus menjadi pemacu bagi berbagai pihak untuk memberikan solusi dan alternative strategi sehingga hambatan dalam pengembangan industry halal secara berangsur dapat terselesaikan. Sebagai langkah ke depan banyak hal harus di optimalkan seperti pelaku industri perlu memperdalam pengetahuan dan pemahaman tentang pasar Muslim, memperbarui data secara teratur, dan memanfaatkan ceruk pasar yang belum dimanfaatkan. (Azam & Moha, 2020) Dari sisi konsumen perlu adanya perhatian khusus secara masif baik berupa kampanye produk halal, promosi, edukasi dan lain sebagainya untuk menumbuhkan pengetahuan, kebanggaan dan kecintaan pada produk halal dalam negeri khususnya.

Mewujudkan Indonesia sebagai global halal hub sekaligus produsen produk halal dunia memiliki peluang yang sangat besar karena banyak aspek modal yang sudah di kuasai seperti halal capital, modal religious, modal demografi, modal populasi muslim terbesar dunia, modal social kultural, dan modal sumber daya manusia. Modal tersebut sangat penting dalam perkembangan industry halal tanah air. (Mastuki, 2021)

Pemerintah Indonesia saat ini juga merespon dengan serius akselerasi industry halal melalui regulasi yang tertuang pada Peraturan Pemerintah no 39 tahun 2021 mengenai Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan juga Undang undang No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Hal tersebut membuktikan dukungan dan peran pemerintah secara nyata bahwa kedepan label halal bukan sekedar himbauan tetapi sebuah kewajiban bagi pelaku industry yang produknya beredar di Indonesia.



Model rantai pasok halal berdasar pemangku kepentingan  
(Rohaeni and Sutawijaya 2020)

Berdasar bagan diatas sudah tentu pengembangan industry halal membutuhkan dukungan banyak pihak mulai dari Lembaga perguruan tinggi melalui tridharmanya melakukan pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat secara konsisten sehingga literasi dan kesadaran akan industry halal meningkat. Pelaku usaha perlu Bersatu meningkatkan komoditas produk halal secara kuantitas maupun kualitas sehingga produk yang beredar dipasar adalah produk produk halal mudah disentuh oleh masyarakat. Pemerintah selaku pemangku kebijakan sentral juga harus hadir dengan mengeluarkan regulasi yang mendukung perguruan tinggi, pelaku industry dan masyarakat. Dan segala upaya yang dilakukan sangat membutuhkan dukungan masyarakat oleh karena itu kesadaran halal sebagai *halal lifestyle* harus dibangun mulai dari lingkungan pribadi, keluarga, komunitas dan masyarakat.

## **2. Bisnis Model Canvas pada Industri Halal**

Konsep BMC sering digunakan dalam semua bisnis baik produk maupun jasa, perusahaan berbasis laba maupun social, perusahaan konvensional maupun perusahaan Islam. Sedangkan aspek religiusitas sudah tentu menjadi pondasi penting dalam pengembangan industry halal. Berikut akan penulis ulas 9 elemen BMC sebagai strategi dalam Industri halal.

### *1. Customer Segment*

Pelaku industry halal harus memetakan siapa yang akan menjadi pelanggan potensialnya. Pelanggan adalah kunci keberhasilan usaha. Pangsa pasar utama industry halal adalah umat Islam namun ternyata pasar non muslim juga berpotensi besar. Sebagai contoh pada industry makanan halal, umat muslim berasumsi bahwa kehalalan produk dan jasa merupakan bentuk ketaatan dalam beragama sedangkan non muslim alasan menggunakan produk halal karena jaminan kebersihan, keamanan dan kualitas (Nurrachmi, 2017). Begitupun pada motif pembelian fesyen halal, bagi wanita non muslim hasil penelitian menyatakan bahwa motifnya adalah adaptasi budaya (Maison et al., 2018). Segmen konsumen akan menjawab pertanyaan siapakah yang akan membeli atau menjadi konsumen produk perusahaan. Pasar industry halal yang luas membuktikan pula bahwa Islam ada rahmat untuk semua.

## 2. *Value Propositions*

Elemen ini mengacu pada nilai atau kelebihan yang ditawarkan kepada pelanggan (Hambali and Andarini 2021). Nilai berkaitan dengan manfaat produk bagi pelanggan dapat berupa merk maupun keunikan produk. Industry halal perlu mengembangkan dan menawarkan produk inovatif dan bervariasi. Era persaingan yang semakin ketat mengharuskan semua pelaku usaha memiliki kreativitas yang tinggi. Saat memilih produk, konsumen dapat mengandalkan petunjuk yang berbeda. Beberapa diantaranya berhubungan langsung dengan kualitas produk dan bagi lainnya tidak begitu terkait langsung dengan produk. Label halal mempengaruhi dalam tinggi rendahnya religiusitas (Maison et al., 2018). Pada industry halal nilai yang di tawarkan pada pelanggan bukan hanya sekedar halal tapi juga thayyib.

## 3. *Channels*

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan segmen pelanggannya dan menyampaikan proposisi nilainya (Fourqoniah, Setiawan, and Aransyah 2021) perusahaan dapat menggunakan media yang menghubungkan antara perusahaan dengan pelanggan baik online maupun offline. Media ini menjadi pertimbangan dan harus disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan maupun perusahaan. Media dapat menggunakan media modern seperti berbagai platform media online melalui website, Instagram, youtube, E-Commerce maupun media tradisional seperti televisi, radio, majalah atau koran dan lain sebagainya. Dalam menggunakan elemen channels, industry halal harus memperhatikan norma dan etika bisnis Islam. Media digunakan sebagai sarana dakwah dalam berhubungan dengan pelanggan serta sebagai syiar untuk terus mengkampanyekan produk halal sebagai halal lifestyle tanpa menjatuhkan yang lain.

## 4. *Customer Relationship*

Hubungan pelanggan mendiskripsikan bagaimana perusahaan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Output yang ingin di capai pada elemen ini adalah loyalitas pelanggan. Hubungan pelanggan yang baik telah diteladani oleh Rasulullah melalui integritas pribadi yang tinggi. Pada tataran perusahaan menjaga hubungan pelanggan membutuhkan komitmen dari semua divisi perusahaan. Pelayanan yang prima, pelayanan purna jual, manajemen komplek, SOP perlu di bangun dengan baik sehingga menjadi perusahaan dengan kredibilitas tinggi. Hubungan pelanggan juga dapat dilakukan dengan

system membership, memberi promo, memberi perhatian pada momen tertentu misalnya ucapan hari besar umat islam. Manajemen hubungan pelanggan memerlukan komitmen, komunikasi dan kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan pelanggan yang loyal (Anggita Putri Iriandini 2015)

#### 5. *Revenue Streams*

Merupakan sumber pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Umumnya sumber pendapatan diperoleh dari hasil penjualan produk. Sumber pendapatan lain akan sangat bergantung pada aktivitas perusahaan. Beberapa alternative sumber pendapatan dalam Islam adalah bagi hasil. Ketika mencari sponsor, dana dari investor baik secara pribadi maupun kelembagaan harus menerapkan prinsip kehati hatian dengan memastikan kehalalan segala sumber pendapatan berasal dari koridor ketentuan syariat dan mengandung masalah bagi semua pihak. Artinya keuntungan memang hal yang penting namun bukanlah satu satunya prioritas dalam industry halal

#### 6. *Key Resources*

Sumber daya perusahaan merupakan asset penting dan utama yang diperlukan dalam model bisnis sehingga mampu menghasilkan proposisi nilai dan pendapatan (Amanullah et al. 2015). Sumberdaya utama dalam industry halal dapat berupa sumberdaya manusia yang sudah memahami literasi halal dengan komprehensif, sumberdaya keuangan melibatkan lembaga keuangan syariah, asset fisik melalui kebersihan dan keindahan bangunan yang terjaga dan lain lain. Sumber daya sebagai input harus optimal untuk menghasilkan output yang maksimal sehingga identitas bisnis halal berbeda dengan yang lain.

#### 7. *Key Activities*

Aktivitas utama industry halal akan beraneka ragam. Aktivitas halal yang utama adalah memastikan supply produk halal terjamin kehalalannya, kemudian pada proses produksi tidak bercampur dengan barang najis, pada proses promosi juga mempromosikan produk ramah muslim dan memberikan pelayanan yang ramah.

#### 8. *Key Partnership*

Kemitraan pada industry halal melibatkan banyak stakeholders mulai dari masyarakat, pemerintah,kaum akademisi dan juga praktisi. Saat ini industry halal harus menjalin banyak kemitraan dengan sesama ekosistem halal dan bersama membangun

industry halal. Sebagai contoh, kampanye pariwisata halal dibarengi dengan halal fesyen, halal food, hallal travel dan sebagainya.

#### 9. Cost Structure

Struktur biaya adalah sesuatu yang menjadi pengeluaran dalam perusahaan. Yang paling umum menggunakan fixed cost dan variabel cost. Fixed cost misalnya biaya gaji karyawan, berlangganan internet, biaya sewa Gedung, biaya pemasaran. Variable cost terdiri dari biaya bahan baku, penyusutan, renovasi, listrik dan sebagainya. Sebaiknya dalam industry halal memasukan item sedekah atau zakat pada salah satu cost structure sehingga dapat mencapai keberkahan dalam usaha.

### 3. Maqashid Syariah dalam Kerangka Bisnis

Ada tiga aspek penting dalam industri halal, yaitu aspek produksi, distribusi dan konsumsi (Ismanto 2021). Al-Syaitibi dalam (Wahid 2018) menguraikan bahwa ketentuan syariat pasti memiliki tujuan. Tujuan yang hendak di capai adalah mewujudkan kesejahteraan manusia dunia akhirat (Hudayati 2019). Begitupun Ibnul Qayim menguraikan bahwa maqashid Syariah adalah hikmah dan kemaslahatan dunia akhirat (Rismana and Hariyanto 2021). Tujuan yang hendak di capai di klasifikasi menjadi tiga yaitu *dharuriyah* (primer), *hajiyyat* (sekunder) dan *tahsiniyat* (tersier). Dalam *dharuriyah* tujuan syariat adalah menjaga agama, keturunan, jiwa, akal, dan harta.

#### Maqashid Dharuriyah

Dalam prakteknya Maqashid syariah Pembagian fitur berdasarkan masalah dharuriyyah sebagai berikut: (Ismail, 2014).

##### 1. Menjaga Agama

Hal ini terkait keimanan kepada Allah Swt yang tercermin dalam ketaatan ibadah pada yang diperintahkan seperti shalat, zakat, puasa, haji dan umrah, konsumsi makanan halal, bermuamalah dengan maruf. Segala kegiatan ekonomi dapat meningkatkan keimanan dan memelihara agama islam. Esensi menjaga agama adalah segala aktivitas usaha mengarah pada keridhoan Allah sehingga aktivitas usaha sekalipun bernilai ibadah.

## 2. Menjaga Jiwa

Hal ini terkait pemeliharaan kesehatan jiwa seseorang dan menjauhkan dari berbagai keburukan yang berdampak kepada kesejahteraan. Kebutuhan makanan halal sebagai asupan gizi sehingga dalam konsep ini aspek kesehatan harus menjadi prioritas. Kebutuhan berlibur melalui pariwisata halal untuk menjaga jiwa dan juga fesyen halal. Design bisnis pada menjaga jiwa adalah mengacu pada perilaku produsen maupun konsumen yang harus seimbang.

## 3. Menjaga Keturunan

Hal ini terkait dengan pernikahan dan dapat diaplikasikan pada hotel syariah dimana pada pelayanan hotel syariah hanya memberikan pelayanan untuk menginap bagi keluarga atau pasangan resmi yang di tunjukan melalui dokumen resmi.

## 4. Menjaga Akal

Hal ini terkait dengan ilmu sebagai landasan dasar dari beragama. Pada industry halal perlu adanya edukasi literasi sehingga konsep beragama dalam industry dapat diterima oleh logika. Sebagaimana pelarangan riba yang ternyata merugikan, peralangan khamr karena membahayakan pikiran, larangan berjudi karena merugikan kesehatan dan lain lain.

## 5. Menjaga Harta

Harta merupakan alat tukar untuk mendapatkan kebutuhan-kebutuhan pokok manusia. Dalam konsep harta industry halal harus memperhatikan asal sumber pendapatan dan juga pengeluaran yang baik menghindari praktik riba, maysir, tadlis dan lain lain.

## Maqashid Hajiyat

Maqashid hajiyat (Agung Kurniawan 2021) merupakan kebutuhan yang jika tidak dilaksanakan tidak sampai mengancam keselamatan, namun akan mengalami kesulitan. Secara substantif, hajiyat merupakan pelengkap dharuriyat dan memberi pemeliharaan pada lima unsur pokok menjadi lebih baik. Hajiyat diperlukan dengan tujuan membuat kehidupan lebih lapang, ringan, nyaman. Seperti dalam ibadah adanya beberapa keringanan jika terdapat kesulitan dalam menjalankan syariat. Seperti shalat dapat di Jama' atau qashar, puasa dapat di qadha ketika menjadi musaffir atau sakit.

Contoh dalam ekonomi mengkonsumsi makanan adalah tingkat maqashid dharuriyat karena jika seseorang tidak makan maka akan mengancam jiwa. Namun mengkonsumsi

makanan berupa semua makanan lezat yang halal berada di tingkat hajiyat (Bakry 2019). Islam memerintahkan untuk mencari rezeki, namun upaya yang dilakukan sebagai ikhtiar mencari rejeki merupakan maqashid hajiyat apakah melalui jual beli, menjalani profesi tertentu, pertanian, peternakan dan sebagainya.

#### Maqashid Tahsiniyat

Kebutuhan tahsiniyat (Agung Kurniawan 2021) merupakan tingkat kebutuhan tersier sehingga apabila tidak terpenuhi tidak mengancam eksistensi salah satu dari lima pokok diatas dan tidak pula menimbulkan kesulitan. Tingkat kebutuhan ini berupa kebutuhan pelengkap. Tahsiniyat ini juga dapat disebut suatu yang diperlukan untuk menjadi kehidupan lebih indah dan harmoni yang dapat menghiasi kehidupan sosial dan menjadikan manusia mampu berbuat dalam urusan- urusan hidup secara lebih baik.

#### Kesimpulan

Kerangka konseptual BMC mencakup 9 elemen yaitu customer segmen, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *Key resources*, *key activities*, *revenue stream* dan *cost structure* perlu dikembangkan melalui filosofi dasar ekonomi Islam seiring berkembangnya industry halal dan halal lifestyle. Sejatinnya untuk mengembangkan industry halal kemaslahatan berdasar Maqashid Syariah jika memerlukan kajian yang mendalam berdasar tingkatan maqasid dharuriyah (primer), hajiyat (sekunder) dan tahsiniyat (tersier).

#### Referensi

- Agung Kurniawan, Hamsah Hudaf. 2021. "Konsep Maqashid Syariah Imam Asy-Syatibi Dalam Kitab Al-Muwafaqat." *al Mabsut* 15(1): 29–38.
- Amanullah, Ayn Nur Azhana Azhar et al. 2015. "Comparison of Business Model Canvas (BMC) Among the Three Consulting Companies." *ISSN International Journal of Computer Science and Information Technology Research* 3(2): 2348–1196.
- Anggita Putri Iriandini, Edy Yulianto dan M. Kholid Mawardi. 2015. "Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Pt. Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 23(2): 1–8.
- Azizah, Ainul, and Budi Purwoko. 2019. "Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling." *Jurnal mahasiswa Universitas Negeri Surabaya* 7(2): 1–7.

- Bakry, Muammar M. 2019. "Asas Prioritas Dalam Al-Maqashid Al-Syar'iah." *Al-Azhar Islamic Law Review* 1(1): 1–8.
- Fourqoniah, Finnah, Riyan Danu Setiawan, and Muhammad Fikry Aransyah. 2021. "Business Roadmap Model: A Review of Research." *Jurnal Administrasi Bisnis* 10(2): 99–106.
- Hadi, Nor, and Jadzil Baihaqi. 2021. "The Motive of CSR Practices in Indonesia: Maqasid Al-Sharia Review." *Qudus International Journal of Islamic Studies* 8(2): 327–52.
- Hafidz, AM. M. 2015. "Developing Economic Behaviour Based On Universal Values In Maqashid Syariah For Peaceful World." *Hikmatuna: Journal For Integrative Islamic Studies* 1(1): 19–35.
- Hambali, Achmad, and Sonja Andarini. 2021. "Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Dan Swot Analysis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya." *Journal of Applied Business Administration* 5(2): 131–42.
- Hartatik, ., and Teguh Baroto. 2017. "Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas." *Jurnal Teknik Industri* 18(2): 113.
- Hidayati, Ataina. 2019. "Machine Translated by Google Kinerja Berbasis Teori Maqashid Dan Usaha Syariah Pengukuran Lembaga Zakat Machine Translated by Google." 4(2): 101–10.
- Ismanto, Kuart. 2021. "The Concept of Maqā Ṣ Īd Al- Syarī ' Ah Al- Ghazali As a Halal Industry Development." 197(8): 180–97.
- Nugraha, Erik, Lucky Nugroho, Citra Lindra, and Wiwin Sukiati. 2020. "Maqashid Sharia Implementation in Indonesia and Bahrain." *Etikonomi* 19(1): 155–68.
- Ratnasari, Siwi Dyah, and Sunarto Sunarto. 2021. "Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas (Studi Pada UKM Di Kota Malang)." *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 6(2): 307.
- Rismana, Daud, and Hariyanto. 2021. "Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan." *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan* 9(1): 96–111.  
<https://jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnalIUS/article/view/818>.
- Rohaeni, Yeni, and Ahmad Hidayat Sutawijaya. 2020. "Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia." *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri* 15(3): 177–88.
- Sarkawi, Azila Ahmad, Aliah Abdullah, Norimah Md. Dali, and Nur Amilin Mohd Khazani. 2017. "The Philosophy of Maqasid Al-Shari'ah and Its Application in the Built Environment." *Journal of Built Environment, Technology and Engineering* 2(March): 215–22.
- Sparviero, Sergio. 2019. "The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas." *Journal of Social Entrepreneurship* 10(2): 232–51.  
<https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1541011>.
- Sukoso, Adam Wiryawan, Joni Kusnadi, and Sucipto. 2020. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia Pusat Studi Halal Thoyyib-Universitas Brawijaya *Ekosistem Industri Halal*.

Wahid, Abd. 2018. "Reformasi Maqashid Syariah Klasik Menuju Perspektif Kontemporer."  
*Syaikhuna: Jurnal Pendidikan dan Pranata Islam* 9(2): 219–30.