

# Buku Analisis SWOT Hendra Cipta dan Hatamar

*by* Buku Analisis Swot Hendra Cipta Dan Hatamar

---

**Submission date:** 08-Sep-2022 09:07AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1894796793

**File name:** 0.\_Buku\_Hasil\_Penelitian\_2020.pdf (3.89M)

**Word count:** 16713

**Character count:** 103691

Dr. Hendra Cipta, M.S.J | Prof. Dr. H. Hatamar, M.Ag

# ANALISIS S W O T

Integrasi Industri Halal dan  
Perbankan Syariah di Indonesia



Dr. Hendra Cipta, M.S.J | Prof. Dr. H. Hatamar, M.Ag

ANALISIS S W O T Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia



Penyusun: Dr. Hendra Cipta, M.S.J  
Prof. Dr. H. Hatamar, M.Ag  
Jl. Mentok Km. 13 Desa Pedaling Banjar, Mendobaurat – Bangla  
Provinsi Kepulauan Bangka Belitung  
e-mail: hndrcipta@gmail.com



**2**

# **ANALISIS SWOT**

## **Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia**

**Dr. Hendra Cipta, M.S.I**  
**Prof. Dr. H. Hatamar, M.Ag**

**Shiddiq press**  
**IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung**

2 endra Cipta dan Hatamar

1 analisis SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia,  
Editor: Rahmat Ilyas -Bangka: Shiddiq Press, 2020. Desain cover: Dinar Pratama

vi, 82 hlm; 21x14,8 cm

Cet. 1. Desember 2020

ISBN 978-623-94720-1-6

1. Analisis SWOT --- Industri Halal --- Perbankan Syariah. 1. judul  
I. Ekonomi Islam



shiddiq press

Penerbitan dan Percetakan

IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung

Jl. Mentok Km. 13 Desa Petaling Banjar, Mendobarat – Bangka

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

e-mail: shiddiqpress18@gmail.com



## KATA PENGANTAR

**A**lhamdulillah kami ucapkan ungkapan syukur atas segala karunia yang Allah berikan sehingga buku Analisis SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia ini sudah kami rampungkan di tengah wabah pandemi COVID-19. Shalawat bagi Rasulullah Nabi yang membawa umatnya kepada keselamatan dengan ajaran Islam rahmatan lil alamin.

Banyak hambatan yang kami hadapi dalam menyelesaikan buku ini, apalagi di tengah pandemi COVID-19 yang sampai saat ini masih mewabah di sekitar kita yang membuat kami tidak leluasa untuk melakukan kunjungan riset ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan data primer penelitian yang tertuang dalam buku ini, namun dengan menghadiri beberapa webinar *online* dan dengan mencari data sekunder akhirnya beberapa data yang dibutuhkan diperoleh untuk memperkuat validitas problem yang diteliti.

Semoga kehadiran buku ini memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan memberikan informasi yang

bermanfaat berkaitan tentang integrasi industri halal dan perbankan syariah, tentunya dengan kehadiran buku ini pula penulis berharap menjadi referensi bagi peneliti, dosen dan mahasiswa yang konsen membahas industri halal dan perbankan syariah.

Demikian, untaian kata singkat untuk pengantar sebelum membaca isi dari buku ini, semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah dan tetap dalam kondisi sehat agar bisa terus berkarya dan memberi makna untuk sesama.

Bangka, 3 Desember 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>1</b>	KATA PENGANTAR.....	iii
	DAFTAR ISI.....	v
	BAB I PENDAHULUAN.....	1
	A. Latar Belakang Masalah.....	1
	B. Rumusan Masalah .....	11
	C. Tujuan Penelitian.....	11
	D. Kajian Terdahulu yang Relevan.....	12
	E. Kerangka Teori.....	14
	F. Rencana Pembahasan .....	17
	BAB II LANDASAN TEORI .....	19
	A. Teori Halal .....	19
	B. Teori Pariwisata Halal .....	26
	C. Konsep Integrasi .....	32
	D. Teori SWOT.....	33
<b>5</b>	BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
	A. Jenis Penelitian .....	39
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40

5	C. Sumber Data .....	40
	D. Teknik Pengumpulan Data .....	41
	E. Analisis Data.....	41
	F. Perencanaan dan Pelaksanaan Penelitian.....	43
	<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
	A. Profil Singkat Bank Syariah.....	47
	B. Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Halal	54
	C. Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity</i> , dan <i>Threat</i> (SWOT) Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah .....	60
1	<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
	A. Kesimpulan .....	67
	B. Saran .....	68
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pasar industri halal tidak hanya diminati oleh negara-negara muslim saja, tapi negara yang penduduk muslimnya sedikit juga meminati industri halal sebagaimana yang terlihat di Australia, Inggris dan Jepang. Minat negara Jepang terhadap industri halal terlihat dengan diselenggarakannya Halal Expo pada tahun 2016 di Jepang. Kemudian Jepang juga membebaskan visa bagi wisatawan yang akan berkunjung agar menarik minat wisatawan muslim berkunjung ke Jepang. Sedangkan Australia dikenal sebagai eksportir daging terbesar di dunia, karena yang mengimpor daging dari Australia adalah negara-negara Islam seperti Arab Saudi, Indonesia dan Uni Emirat Arab; maka Australia sudah memberikan sertifikasi halal terhadap daging yang akan diekspor ke negara-negara muslim tersebut. Sementara itu Inggris populasi penduduk muslim di sana hanya sekitar 4,8%, tapi transaksi makanan halal di Inggris cukup tinggi

(mencapai USD 1.463 juta) karena yang bertransaksi makanan halal bukan hanya penduduk muslim.<sup>1</sup>

Di Inggris dan beberapa negara yang penduduk muslimnya minoritas transaksi makanan halalnya tinggi karena penduduk yang non-muslimnya juga mengkonsumsi makanan halal. Mereka memilih mengkonsumsi makanan halal karena identik dengan makanan yang sehat, makanan yang bervitamin (bermanfaat bagi tubuh) dan makanan yang higienis dari segala bentuk kotoran.<sup>2</sup> Jadi transaksi makanan halal tidak hanya sebatas karena agama, tapi karena label halal yang identik dengan makanan yang banyak memberi manfaat bagi kesehatan dan makanan yang menghindarkan diri dari berbagai penyakit.

Begitu juga dengan transaksi halal selain makanan, ternyata produk halal yang lain seperti produk kesehatan, obat, kosmetik, *fashion*, peralatan mandi, pariwisata halal dan peralatan medis juga diminati tidak hanya oleh orang muslim saja karena produk yang ada label halal tersebut menawarkan konsumerisme etis yang mencakup tanggung jawab sosial, ramah lingkungan, keadilan ekonomi dan ramah sosial.<sup>3</sup>

Aan Nasrullah mengungkapkan perkembangan industri halal di Asia setiap tahunnya terus meningkat sampai dengan angka 7% khususnya di Indonesia, Pakistan,

---

<sup>1</sup> Rininta Nurrachmi, 'The Global Development of Halal Food Industry : A Survey', *TIFBR: Tazkia Islamic Finance and Business Review*, vol. 11, no. 1 (2017), pp. 39–56.

<sup>2</sup> Abdul Malik Kassim, 'The Global Market Potential of Halal', *Presentation Slide*, International Conference and Expo on Halal Industry, Lahore, 2010.

<sup>3</sup> Humayon Dar et al. (editors), 'The Global Halal Industry : An Overview', *Global Islamic Finance Report 2013* (2013), [http://www.gifr.net/gifr\\_2013.htm](http://www.gifr.net/gifr_2013.htm).

India dan Tiongkok dan dalam sepuluh tahun mendatang peningkatannya diperkirakan dua kali lipat dari saat ini. Pertumbuhan ini diprediksi tidak hanya di negara mayoritas muslim, tapi juga di negara yang minoritas muslim.<sup>4</sup>

Perbankan syariah dan industri halal idealnya berjalan seiring dalam mempraktekkan nilai-nilai syariah transaksi halal yang terhindar dari hal-hal yang diharamkan (riba diantaranya). Namun, hal ini belum terwujud di Malaysia, karena hanya 5% pelaku bisnis industri halal yang menggunakan fasilitas produk bank syariah sementara sisanya (95%) masih banyak menggunakan produk perbankan konvensional sehingga terkesan bisnis industri halal belum holistik karena masih “terkontaminasi” dengan perbankan konvensional, padahal seharusnya perbankan syariah adalah bagian dari industri halal.<sup>5</sup> Perbankan syariah dan industri halal harus saling bahu-membahu untuk menguatkan industri halal.<sup>6</sup> Purnomo, Rosidah dan Faridah juga berpendapat yang sama.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Aan Nasrullah, ‘Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia’, *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, vol. 6, no. 1 (2018), pp. 50–78.

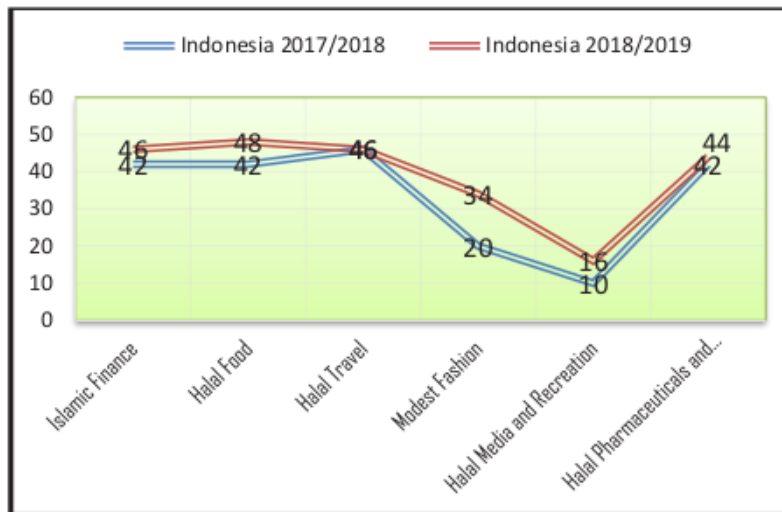
<sup>5</sup> Mariatul Aida Jaffar and Rosidah Musa, ‘Determinants of Attitude towards Islamic Financing among Halal- Certified Micro and SMEs : A Preliminary Investigation’, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 130 (Elsevier B.V., 2014), pp. 135–44, <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.017>.

<sup>6</sup> Nurul Aini Muhamed et al., ‘Integrating Islamic Financing and Halal Industry : A Survey on Current Practices of the Selected Malaysian Authority Bodies’, *Asian Social Science*, vol. 10, no. 17 (2014), pp. 120–126.

<sup>7</sup> Purnomo M. Antara, Rosidah Musa, and Faridah Hassan, ‘Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem’, *Procedia Economics and Finance*, vol. 37, no. 16 (Elsevier B.V., 2016), pp. 196–202, [http://dx.doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30113-7](http://dx.doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30113-7).

Perkembangan ekonomi Islam global di Indonesia dalam dua tahun terakhir (tahun 2017 dan 2018) mengalami pertumbuhan yang menggembarakan karena memperlihatkan tanda-tanda pertumbuhan positif. Penilaian ekonomi Islam global ini meliputi beberapa indikator, diantaranya keuangan Islam, bisnis makanan halal, bisnis travel halal, bisnis pakaian Islami, media halal dan rekreasi serta bisnis farmasi dan kosmetik halal. Data berikut ini memperlihatkan bukti pertumbuhan ekonomi Islam global di Indonesia:

**Gambar 1:**  
**Skor Global Islamic Economy Indonesia Tahun 2017/2018 – 2018/2019**



Sumber: State of the Global Islamic Economy (GIE) Report  
2017/2018 dan 2018/19

Tahun 2017/2018 Indonesia menempati peringkat ke-11 dari 15 besar. Peringkat pertama di tempat oleh Malaysia

dengan nilai rata-rata GIE-nya 146, peringkat kedua ditempati oleh Uni Emirat Arab dengan nilai rata-rata GIE-nya 86 dan peringkat ketiga ditempati oleh Arab Saudi dengan nilai rata-rata GIE-nya 67. Sementara Indonesia sendiri pada peringkat ke-11; nilai rata-rata GIE-nya 42.<sup>8</sup>

Tahun 2018/2019 pertumbuhan ekonomi Islam global Indonesia meningkat dari peringkat ke-11 menjadi peringkat ke-10. Peringkat pertama masih ditempati Malaysia dengan nilai rata-rata GIE-nya 127, peringkat kedua ditempati oleh Uni Emirat Arab dengan nilai rata-rata GIE-nya 89 dan peringkat ketiga ditempati oleh Bahrain dengan nilai rata-rata GIE-nya 65. Sedangkan Indonesia menempati peringkat ke-10 dengan nilai rata-rata GIE-nya 45. Indonesia sebagai populasi negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia mewakili 13% dari total populasi penduduk muslim di dunia mengalami kenaikan peringkat pada skor GIE karena peningkatan transaksi pada industri halalnya.<sup>9</sup>

Jika melihat data dari Global Islamic Economy (GIE), potensi Indonesia untuk mengungguli negara lain dalam hal ekonomi Islam global ada pada *fashion* halal. Pada kriteria ini, Indonesia menduduki posisi kedua di bawah Uni Emirat Arab, sementara potensi lainnya adalah pariwisata halal. Pada pariwisata halal Indonesia menempati posisi keempat di bawah Uni Emirat Arab, Malaysia dan Turki. Potensi berikutnya adalah pada transaksi keuangan Islam, walaupun Indonesia menempati posisi kesepuluh, tapi dari keenam indikator yang

---

<sup>8</sup> Thomson Reuters and Dinar Standard, *Outpacing The Mainstream State of the Global Islamic Economy Report 2017/2018* (2017), pp. 10.

<sup>9</sup> Thomson Reuters and Dinar Standard, *An Inclusive Ethical Economy State of the Global Islamic Economy Report 2018/19* (2018), pp. 10–11

dinilai tiga bidang ini menjadi kekuatan Indonesia untuk menduduki posisi kesepuluh di skor GIE 2018.<sup>10</sup>

Pertumbuhan ekonomi Islam di Indonesia dipengaruhi oleh permintaan terhadap produk keuangan Islam, sementara itu pasar industri halal di Indonesia juga sangat besar karena peluang pertumbuhan industri halal di Indonesia sangat tinggi. Sebagai contoh penduduk Sumatera Barat 98%-nya beragama Islam yang membuat kesadaran penduduknya terhadap produk halal sangat tinggi dan secara makro jumlah penduduk muslim di Indonesia tahun 2019 lebih kurang 2015 juta jiwa sehingga Indonesia menjadi negara yang tingkat konsumsi halalnya tertinggi di dunia.<sup>11</sup>

Integrasi halal harus dilakukan secara menyeluruh dengan melibatkan industri halal dan perbankan syariah. Semua lini bisnis yang berkaitan dengan industri halal sudah sewajarnya menerapkan kehalalan dalam semua lini transaksinya termasuk permodalannya. Industri halal yang mengurus sertifikat halal seyogyanya disyaratkan memiliki rekening di bank syariah dan semua transaksinya menggunakan bank syariah. Adiwarman Karim menyatakan pangsa pasar perbankan syariah hendaknya diperluas tidak hanya ke sektor keuangan saja, tapi sebaiknya juga merambah kepada *halal life style*. Jika dianalogikan kaitan antara perbankan syariah dan industri halal seperti bus dan penumpang. Busnya diibaratkan sebagai bank syariah dan penumpangnya adalah pelaku bisnis di industri halal. Semakin

---

<sup>10</sup> *Ibid.*

<sup>11</sup> Deputy of Economy Indonesian Ministry of National Development Planning, *Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019 - 2024* (Jakarta, 2019), pp. 13.

ramai penumpang yang menumpang, maka kebutuhan terhadap bus semakin banyak.<sup>12</sup>

Sukoso sebagai Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mengungkapkan jika perbankan syariah dan BPJPH saling bahu-membahu maka akan menambah potensi pertumbuhan industri halal dan perbankan syariah di Indonesia terutama dari sisi sumber daya manusia maupun ekosistem industri halal.<sup>13</sup> Di sisi lain, setiap perusahaan yang mengajukan sertifikasi halal diusulkan transaksi dan pembiayaannya menggunakan bank syariah berdasarkan amanah UU Nomor 33 Tahun 2014 perihal jaminan produk halal.<sup>14</sup>

Tanggal 9 Juli 2019 yang lalu BPJPH menandatangani kerjasama dengan empat bank syariah dalam hal penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (JPH) yaitu dengan BRI Syariah, Bank Mega Syariah, Bank BJB Syariah dan Bank DKI Syariah. Besarnya potensi pengembangan produk halal secara ekonomi menjadi salahsatu alasan ditandatanganinya kerjasama ini karena diharapkan peran signifikan dari bank syariah dalam memajukan industri halal di Indonesia begitu

---

<sup>12</sup> Safyra Primadhyta, 'Industri Halal Jadi Pelumas Perluasan Pasar Bank Syariah', *CNN Indonesia* (2017), <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171109114632-78-254536/industri-halal-jadi-pelumas-perluasan-pasar-bank-syariah>, diakses tanggal 1 Agustus 2019.

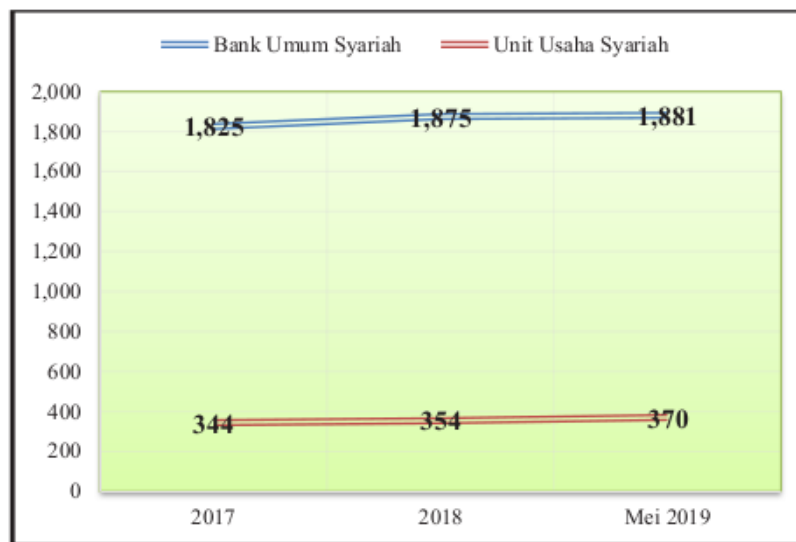
<sup>13</sup> Ibeng, *Tidak Terlilit Kasus Korupsi, BJB Syariah & BPJPH Kerja Sama Pelayanan Jaminan Halal*, <http://www.ekpos.com/tidak-terlilit-kasus-korupsi-bjb-syariah-pelayanan-jaminan-halal>, diakses tanggal 1 Agustus 2019.

<sup>14</sup> Yashinta Difa, *Asbisindo: Sertifikasi Halal Gunakan Bank Syariah* (2016), <https://keuangan.kontan.co.id/news/asbisindo-sertifikasi-halal-gunakan-bank-syariah>, diakses tanggal 2 Agustus 2019.

juga sebaliknya butuh peran signifikan industri halal dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia.<sup>15</sup>

Perkembangan bank syariah di Indonesia setiap tahun mengalami pertumbuhan positif walaupun tidak dalam jumlah signifikan. Salahsatu data yang memperlihatkan pertumbuhan ini adalah jumlah jaringan kantor bank syariah yang terus bertambah sebagaimana terlihat pada data berikut ini:

**Gambar 2:**  
**Pertumbuhan Jaringan Kantor Bank Syariah di Indonesia Tahun 2017 – Mei 2019**



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2019

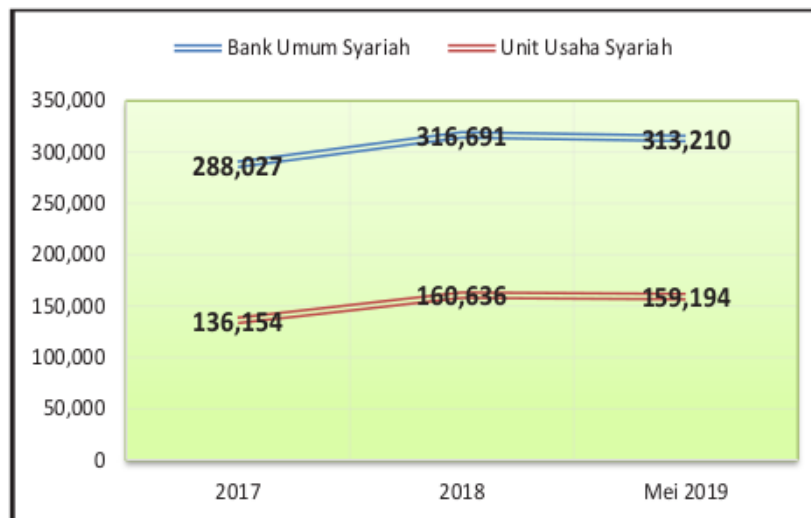
Data pada gambar 2 di atas memperlihatkan pertumbuhan kantor cabang bank syariah dari tahun 2017 sampai dengan

<sup>15</sup> M. Syahrani W. Lubis, 4 <sup>5</sup> *Bank Syariah Dilibatkan dalam Layanan Jaminan Produk Halal* (2019), <https://finansial.bisnis.com/read/20190710/90/1122713/4-bank-syariah-dilibatkan-dalam-layanan-jaminan-produk-halal>, diakses tanggal 2 Agustus 2019.

bulan Mei 2019 terus mengalami peningkatan. Tahun 2017 jumlah kantor Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia ada 1.825 kantor dari 13 BUS, sementara pada bulan Mei 2019 terdapat 1.881 kantor Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia dari 14 BUS. Sedangkan untuk Unit Usaha Syariah (UUS) pada tahun 2017 terdapat 344 jumlah kantor dari 21 UUS, sementara itu pada bulan Mei 2019 terdapat 370 jumlah kantor dari 20 UUS.<sup>16</sup>

Pertumbuhan bank syariah tidak hanya dilihat dari sisi jumlah kantornya, tapi juga dari asetnya. Data berikut ini memperlihatkan:

**Gambar 3:**  
**Pertumbuhan Aset Bank Syariah di Indonesia Tahun 2017 – Mei 2019 (dalam Miliar Rupiah)**



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2019

<sup>16</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah* (Jakarta, 2019), [https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Mei-2019/SPS Mei 2019.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Mei-2019/SPS%20Mei%202019.pdf), diakses tanggal 1 Agustus 2019.

Data pada gambar 3 di atas memperlihatkan aset Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia tahun 2017 berjumlah Rp 288 Triliun dan tahun 2018 mengalami pertumbuhan sampai di angka Rp 316 Triliun, namun pada bulan Mei 2019 sedikit mengalami penurunan sampai dengan angka Rp 313 Triliun. Sementara itu aset Unit Usaha Syariah (UUS) di Indonesia tahun 2017 berjumlah Rp 136 Triliun dan tahun 2018 mengalami peningkatan sampai dengan angka Rp 160 Triliun, namun pada bulan Mei 2019 sedikit mengalami penurunan hingga di angka Rp 159 Triliun.<sup>17</sup> Penurunan total aset BUS dan UUS di tahun 2019 (sampai dengan bulan Mei) wajar saja terjadi karena baru berjalan lima bulan, jadi masih ada kemungkinan penambahan jumlah aset di akhir tahun 2019.

Di Malaysia belum terjadi integrasi antara industri halal dengan perbankan syariah,<sup>18</sup> sementara itu di Indonesia baru di mulai tahun ini. Hal ini menjadi pertanyaan bagi peneliti apa yang membuat lambatnya kolaborasi antara industri halal dan bank syariah di Indonesia berdasarkan sudut pandang faktor internal dan eksternal melalui analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT). Analisis SWOT melalui faktor internal dan eksternal ini digunakan untuk melihat pertumbuhan lebih baik dan lebih cepat<sup>19</sup> antara industri halal dengan perbankan syariah.

---

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> Jaffar and Musa, 'Determinants of Attitude towards Islamic Financing among Halal- Certified Micro and SMEs : A Preliminary Investigation'.

<sup>19</sup> Wang Jiaming, Ding Hao, and Li Xiaoyu, 'Research on Development Strategy of DYLS Bank Based on DELPHI- SWOT Hybrid Analysis Model', *4th International Conference on Financial Innovation and Economic Development (ICFIED 2019)*, vol. 76 (Atlantis Press, 2019).

Bahkan sampai dengan saat ini belum ada riset yang melihat peran industri halal dalam perkembangan bank syariah begitu juga sebaliknya di Indonesia. Sementara di Malaysia sudah cukup banyak riset yang melihat bagaimana menjembatani antara industri halal dan perbankan syariah. Beberapa argumen di atas yang membuat peneliti ingin meneliti tentang Integrasi Industri Halal dan Bank Syariah di Indonesia melalui analisis SWOT.

### **B. Rumusan Masalah**

Pertanyaan yang akan dijawab pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah integrasi industri halal dan perbankan syariah dalam mewujudkan ekosistem ekonomi halal?
2. Bagaimanakah analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) integrasi industri halal dan perbankan syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk menggambarkan integrasi industri halal dan bank syariah dalam mewujudkan ekosistem ekonomi halal.
2. Untuk menggambarkan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) integrasi industri halal dan bank syariah.

#### D. Kajian Terdahulu yang Relevan

Zainab Tungal dkk. dalam penelitiannya menemukan adanya pengaruh signifikan jangka panjang perbankan syariah dalam menumbuhkan industri halal melalui bisnis peternakan melalui pembiayaan yang diberikan bank syariah. Sedangkan dalam pada jangka pendek tidak terdapat pengaruh signifikan perbankan syariah dalam menumbuhkan industri halal bisnis peternakan karena lamanya proses produksi dan dibutuhkan modal yang cukup tinggi untuk memulai bisnis usaha peternakan.<sup>20</sup>

Norafni dalam penelitiannya masih melihat sekat antara keuangan syariah dan industri halal padahal industri halal sudah menjadi gaya hidup di kalangan muslim dan non muslim, oleh karena itu industri halal harus memegang teguh integritas label halalnya. Penelitian ini dilakukan pada industri halal dan keuangan syariah yang ada di Malaysia. Dalam hasil penelitiannya Norafni mengusulkan agar integrasi pengelolaan kepatuhan syariah di industri halal mengikuti standar tata kelola syariah yang ada di lembaga keuangan dan selain direksi dan manajemen harus ada bagian komite syariah, manajemen risiko syariah, bagian review kepatuhan syariah dan bagian audit internal syariah.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Zainab Tungal et al., 'Impact of Islamic Financing Sources on Halal Products: in a Case of Livestock Industry in Malaysia', *International Conference on Applied Economics and Policy* (2017).

<sup>21</sup> Norafni Farlina Rahim, 'Bridging Halal Industry and Islamic Finance: Conceptual Review on The Internal Governance', *Social Science Postgraduate International Seminar (SSPIS 2017)* (Penang: Sains USM Penang, 2017), [eprints.usm.my/41171/1/ART\\_100.pdf](http://eprints.usm.my/41171/1/ART_100.pdf).

Irfan IS dkk. menyatakan integrasi antara keuangan Islam dan industri halal harus dilakukan untuk mencapai kemaslahatan umum bagi umat manusia. Dalam penelitiannya, Irfan dkk. menggunakan istilah halal ekonomi untuk mengintegrasikan keuangan Islam dan industri halal. Penelitian mereka menemukan titik temu antara keuangan Islam dan industri halal ada pada tiga elemen, yaitu pada pendidikan dan pelatihan, regulasi yang diterapkan dalam mengintegrasikan antara keuangan Islam dan industri halal serta promosi harus dilakukan secara terus-menerus untuk menumbuhkan kesadaran integrasi antara keuangan Islam dan industri halal.<sup>22</sup>

Penelitian Nabila Nisha dan Mehree Iqbal menemukan semakin kuat sinergitas antara ekosistem industri halal dengan perbankan syariah akan membuat memperluas dampak industri halal ke pasar global. Hasil penelitian ini juga menemukan potensi Asia Tenggara sebagai penghubung dinamisasi sistem industri halal dan perbankan syariah karena penduduk muslimnya yang cukup banyak dan identitas halal menjadi perhatian penduduk negara-negara di Asia Tenggara.<sup>23</sup>

Penelitian Nurul Aini Muhamed dkk. menemukan bahwa integrasi industri halal dan keuangan Islam di Malaysia mempunyai ruang untuk dilakukan harmonisasi dan saling mendukung di antara satu sama lain (antara industri halal

---

<sup>22</sup> Irfan IS, M. Daud Awang, and Suhaimi Ab. Rahman, 'The Concept of Halal Economy: An Initiative to Integrate The Halal Products Industry and Islamic Banking and Finance', *The 5th Islamic Economy System Conference 2013* (Kuala Lumpur, 2013), <http://ir.unikl.edu.my/jspui/handle/123456789/5239>.

<sup>23</sup> Nabila Nisha and Mehree Iqbal, 'Halal Ecosystem : Prospect for Growth in Bangladesh', *International Journal of Business and Society*, vol. 18, no. S1 (2017), pp. 205–22.

dan perbankan syariah) berdasarkan perspektif pengambil kebijakan dan pengamat.<sup>24</sup>

Posisi penelitian ini melanjutkan beberapa kajian terdahulu yang dikutip dalam proposal ini, namun lokasi penelitiannya berbeda. Beberapa penelitian yang dikutip di atas lokasi penelitiannya di Malaysia dan Bangladesh sementara penelitian ini akan dilakukan di Indonesia.

### E. Kerangka Teori

Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) bermanfaat untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari unsur eksternal dan internal.<sup>25</sup> Lebih detailnya, *Strength* dan *weakness* berkaitan dengan faktor internal sementara itu peluang dan ancaman berkaitan dengan faktor eksternal.<sup>26</sup> Faktor eksternal lebih holistik dibandingkan dengan faktor internal dan bisa menjadi salahsatu pertimbangan dalam pengambilan keputusan, faktor eksternal ini berkaitan dengan kondisi bisnis secara makro, politik, hukum, dan sosial budaya. Sementara itu faktor internal lebih mikro dibandingkan eksternal dan berpengaruh terhadap keputusan yang dibuat, biasanya faktor ini berkaitan dengan sumber daya manusia, marketing keuangan dan semua hal yang berkaitan dengan fungsional perusahaan.<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Muhamed et al., 'Integrating Islamic Financing and Halal Industry : A Survey on Current Practices of the Selected Malaysian Authority Bodies'.

<sup>25</sup> J.W. Bull et al., 'Strengths , Weaknesses , Opportunities and Threats : A SWOT Analysis of The Ecosystem Services Framework', *Ecosystem Services*, vol. 17 (Elsevier, 2016), pp. 99–111.

<sup>26</sup> Richard L. Daft, *Era Baru Manajemen*, 9th edition (Jakarta: Salemba Empat, 2010), pp. 253.

<sup>27</sup> Zuhrotun Nisak, 'Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif', *Ekbis*, vol. 9, no. 2 (2013).

Analisis SWOT merupakan alat strategi perencanaan yang efektif untuk menganalisis dampak dari faktor eksternal dan internal terhadap suatu organisasi. Analisis SWOT terdiri dari analisis faktor internal (berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan) yang digunakan untuk menguji aset suatu organisasi, sementara itu faktor eksternal (berkaitan dengan peluang dan ancaman) untuk menginvestigasi faktor lingkungan makro yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi.<sup>28</sup>

Analisis SWOT merupakan teori lama perihal perencanaan strategis. Teori analisis SWOT pertama kali dikenal tahun 1960 menurut beberapa pendapat. Pertama kali teori ini digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh Stanford Research Institute dalam menganalisis faktor penyebab kesalahan dalam perencanaan pengelolaan suatu perusahaan dan mencari solusi melalui sistem baru untuk mengelola perubahan.<sup>29</sup>

Analisis SWOT ini harus berbasis logika dan penalaran karena perlu analisis yang mendalam dan detail untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki suatu perusahaan dan di saat bersamaan juga harus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang memberi citra negatif bagi perusahaan.<sup>30</sup> Penting bagi peneliti yang melakukan penelitian

---

<sup>28</sup> April Kukuh Susilo et al., 'Navy Ability Development Strategy using SWOT Analysis-Interpretative Structural Modeling (ISM)', *Strategic Management*, vol. 24, no. 1 (2019), pp. 30–40.

<sup>29</sup> Emet Gurel and Merba TAT, 'SWOT Analysis: A Theoretical Review', *The Journal of International Social Research*, vol. 10, no. 51 (2017), pp. 994–1006.

<sup>30</sup> Freddy Ranguti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), pp. 19.

dengan analisis SWOT ini membuat indikator dari keempat komponen SWOT agar bisa membuat formulasi dengan menggabungkan antara S dan O, W dan O, S dengan T dan W dengan T, namun yang perlu diingat dalam menggabungkan komponen-komponen ini disesuaikan dengan tujuan dilakukannya penelitian.<sup>31</sup> Melalui analisis SWOT informasi perusahaan, pesaing bisnis, pasar dan kondisi lingkungan makro bisa diperoleh secara holistik dengan menggunakan empat komponen analisis yang terdapat pada SWOT.<sup>32</sup>

Penelitian yang berkaitan dengan perencanaan strategis biasanya menggunakan analisis SWOT sebagai teori dalam menganalisis data penelitian. Walaupun terdapat kritikan terhadap teori ini karena ada subjektivitas pendapat informan sebagai narasumber dalam pengumpulan data penelitian, tapi teori analisis SWOT ini sangat bermanfaat dalam penelitian yang mengkaji efisiensi perencanaan suatu perusahaan ataupun organisasi karena komponen-komponen yang terdapat dalam analisis SWOT bisa diidentifikasi dari berbagai sudut pandang.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Freddy Rangkuti, *Personal SWOT Analysis: Peluang di Balik setiap Kesulitan* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), pp. 7.

<sup>32</sup> Anja Bohm, *The SWOT Analysis* (Germany, 2008), [https://books.google.co.id/books?id=1cGnPy9H7XUC&pg=PA2&dq=swot&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwibz\\_Ll9YbkAhXSmeYKHR9KCPIQ6AEIRTAE#v=onepage&q=swot&f=false](https://books.google.co.id/books?id=1cGnPy9H7XUC&pg=PA2&dq=swot&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwibz_Ll9YbkAhXSmeYKHR9KCPIQ6AEIRTAE#v=onepage&q=swot&f=false).

<sup>33</sup> Boonyarat Phadermrod, Richard M. Crowder, and Gary B. Wills, 'Importance-Performance Analysis based SWOT Analysis', *International Journal of Information Management*, vol. 44 (2019), pp. 194–203, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401216301694>.

## **F. Rencana Pembahasan**

Penelitian kualitatif ini direncanakan akan memuat lima bab dari bab pendahuluan sampai dengan penutup yang terdiri dari:

Bab pertama merupakan bab pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian ini dilakukan, kajian pustaka yang relevan, kerangka teori, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berkaitan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori *Strength, Weakness, Opportunity*, dan *Threat* (SWOT), teori halal, teori pariwisata halal, dan teori integrasi.

Bab ketiga memuat tentang metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data dan perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Bab keempat adalah analisis data penelitian dan pembahasan problem penelitian. Pada bab ini akan dianalisis berdasarkan data primer dan sekunder pertanyaan-pertanyaan penelitian yang termuat dalam rumusan masalah.

Bab kelima merupakan kesimpulan yang diperoleh dari analisis data yang terdapat di bab keempat. Pada bab ini juga ditambahkan saran dan peluang-peluang pembahasan bagi peneliti berikutnya untuk melanjutkan penelitian ini.



## LANDASAN TEORI

1

### A. Teori Halal

**T**erminologi halal berasal kata yang terdapat dalam al-Qur'an yang bermakna diperbolehkan dan diizinkan, ketentuan diperbolehkan dan diizinkan ini termuat dalam ayat al-Qur'an. Secara lugas al-Qur'an menyatakan seluruh makanan adalah halal kecuali yang sudah dinyatakan haram dalam al-Qur'an. Jika makanan tersebut diharamkan tentu saja tidak diperbolehkan untuk dikonsumsi. Bagi para kaum muslim kata halal menjadi sangat penting yang tidak hanya sekedar label saja, tapi halal menjadi norma yang harus dipatuhi dalam konsumsi<sup>1</sup>. Yusuf Qardhawi menggambarkan konsep halal ini juga adalah sesuatu yang diperbolehkan dan syaria mengizinkan. Sama halnya jika diibaratkan dengan makanan yang boleh dikonsumsi jika halal (diizinkan oleh syariat) dan tidak ada larangan mengkonsumsinya<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Syed Shah Alam and Nazura Sayuti, 'Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing', *International Journal of Commerce and Management*, vol. 21, no. 1 (2011), pp. 8–20.

<sup>2</sup> (Al-Qardhawi, 1994: 17)

Kata حلال merupakan derivasi dari kata حَلَّ - يَحِلُّ yang bermakna halal, melepaskan, berhenti dan masih banyak makna yang lainnya sesuai dengan konteks penggunaan kata halal tersebut dalam kalimat. Kata حلال ini juga sinonim dari حرام - يحرم yang bermakna keharusan. Sementara itu حلال sebagai lawan kata حلال bermakna terlarang, pencegahan, dan mengeluarkan serta masih ada beberapa makna yang lainnya.<sup>3</sup>

Bagi umat Islam, ada aturan yang harus dipatuhi dalam transaksi karena Islam menekankan setiap transaksi muamalat yang dilakukan harus berlandaskan kepada syariat Islam. Hal ini dikarenakan Islam dengan tegas melarang umatnya untuk ikut dalam transaksi yang didalamnya terdapat meterial haram misalnya alkohol, daging babi dan anjing maupun transaksi yang didalamnya terdapat perjudian.<sup>4</sup>

Penggunaan istilah halal tidak hanya untuk makanan saja, tapi istilah halal juga digunakan untuk daging, kosmetik, produk perawatan pribadi, bahan makanan, bahan minuman dan bahan yang berhubungan dengan pembuatan makanan.<sup>5</sup> Bagi muslim, adanya label halal yang menyatakan tidak ada material yang haram dalam setiap produk ini penting untuk jaminan bahwa produk yang digunakan terjamin dari hal-hal yang diharamkan.

<sup>3</sup> Amir Mahmud, 2017: 124–142).

<sup>4</sup> Nazahah Abd. Rahim and Sutina Junos, 'The Halal Product Acceptance Model for The Religious Society', *Business Management Quarterly Review*, vol. 3, no. 1 (2012), pp. 17–25.

<sup>5</sup> Suddin Lada, Geoffrey Harvey Tanakinjal, and Hanudin Amin, 'Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action', *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, vol. 2, no. 1 (2009), pp. 66–76.

<sup>1</sup> Allah membolehkan manusia untuk memanfaatkan segala sesuatu yang ada di dunia pada awalnya, karena segala apa yang ada di dunia merupakan fasilitas yang diberikan Allah kepada umat manusia. Namun, untuk memberikan batasan kepada umat manusia, agar terkendali dalam memanfaatkan segala sesuatu yang ada di dunia; akhirnya Allah memberikan aturan untuk mengharamkan sesuatu yang tidak baik bagi umat manusia.<sup>6</sup>

<sup>1</sup> Mengenai hal yang dilarang dan diperbolehkan dalam Islam, ada landasan hukum syariat yang harus dipatuhi oleh muslim yang bersumber dari ayat al-Qur'an dan hadis:

1. Pada dasarnya semua yang diciptakan Allah diperbolehkan untuk dimanfaatkan oleh umat manusia selama hal tersebut bermanfaat dan berguna bagi kehidupan umat manusia. Namun, Allah memberikan larangan bagi pemanfaatan sesuatu yang tidak bermanfaat bagi umat manusia, sehingga Allah dan Rasul-Nya melarang dengan mengharamkan pemanfaatan sesuatu yang tidak berguna tersebut.<sup>7</sup>

<sup>1</sup> Berkaitan dengan hal ini Allah menyampaikan dalam firman-Nya dalam surat Al-'Araf ayat 32:

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَمَةِ كَذَلِكَ نَفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٣٢﴾

<sup>6</sup> (Al-Qardhawi, 2011: 20)

<sup>7</sup> Zakiullah et al., *Applying Islamic Principles of Halal and Haram to the field of Pharmaceutical Sciences* (Putaj, 2011), [https://www.researchgate.net/publication/236015894\\_Applying\\_Islamic\\_Principles\\_of\\_Halal\\_and\\_Haram\\_to\\_the\\_field\\_of\\_Pharmaceutical\\_Sciences](https://www.researchgate.net/publication/236015894_Applying_Islamic_Principles_of_Halal_and_Haram_to_the_field_of_Pharmaceutical_Sciences).

1

Surat Al-Maidah ayat 87 juga menyatakan hal yang sama:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

1

2. Allah dan Rasulullah lebih banyak membolehkan daripada melarang untuk urusan muamalat, namun dalam bidang ibadah banyak aturan yang disampaikan Allah agar dipatuhi umat manusia dalam beribadah. Untuk urusan muamalat, Allah memberikan kebebasan bagi umat manusia dengan membolehkannya kecuali ada aturan yang sudah disampaikan Allah larangannya dalam perkara muamalat. Segala sesuatu yang diharamkan dan dilarang dalam Islam ada hikmahnya, ketika diharamkan hikmah syariatnya adalah karena yang dilarang tersebut membahayakan dan tidak memberikan manfaat bagi kehidupan umat manusia. Menariknya adalah ketika syariat Islam melarang dan mengharamkan sesuatu sekaligus memberikan solusi kenapa hal tersebut dilarang. Misalnya ketika Allah mengharamkan riba, sekaligus memberikan solusi dengan menganjurkan perdagangan. Begitu juga ketika sutera diharamkan, tapi diberikan solusi mengganti sutera dengan wol, linen, dan katun.
3. Ketika Islam melarang sesuatu, pelarangan tersebut tidak hanya pada tahapan finalnya, tapi larangan juga disampaikan kepada sarana yang bisa membawa manusia kepada perbuatan terlarang tersebut. Jadi, Islam sudah memberikan blokir sebelum sampai

kepada perbuatan yang diharamkan. Contohnya adalah saat Islam melarang berzina, Islam sekaligus memberikan blokir dan larangan kepada perbuatan yang bisa membawa kepada perzinahan. Contoh lainnya adalah ketika Islam melarang mengkonsumsi minuman dan hal-hal yang memabukkan, Islam juga melarang memperjualbelikan hal-hal yang haram.

**4. Selain melarang sarana yang akan membawa**

kepada perbuatan yang diharamkan, Islam juga melarang “menghalalkan” sesuatu dengan tujuan untuk memberikan legalitas kepada perbuatan yang diharamkan. Perbuatan “licik” ini tidak diperbolehkan dan Islam dengan tegas melarangnya. Misalnya Allah melarang orang Yahudi berburu di hari sabtu dikarenakan pada hari jum’at mereka menggali parit dan pada hari sabtu ikan akan terperangkap ke dalam parit mereka dan hari minggu mereka akan “memanen” hasil tangkapan ikan di dalam parit tersebut.

**5. Islam juga mengharamkan perbuatan licik dengan**

mengganti nama benda yang haram dengan tujuan agar tidak menjadi haram. Pengharaman yang dilakukan Islam karena barang dan esensinya masih sama sebagai benda yang diharamkan walaupun ada penggantian nama, namun Islam tidak peduli dengan skema “licik” dengan tujuan untuk menghalalkan sesuatu yang sudah diharamkan. Dalam semua aturan syariat yang disampaikannya, Islam memberikan pesan moral bagi kemaslahatan kehidupan manusia di dunia.

<sup>1</sup> 6. Pelarangan terhadap perbuatan yang diharamkan berlaku universal dalam Islam. Tidak ada perbedaan berdasarkan strata sosial, kesalehan maupun kekayaan. Ketika Islam melarang riba, maka pengharaman tersebut berlaku untuk semua muslim tidak dibedakan untuk orang kaya dan miskin, tidak dibedakan untuk pejabat maupun orang biasa. Begitulan keindahan Islam yang tidak membeda-bedakan umatnya.<sup>8</sup>

<sup>1</sup> Sebelum Islam datang, dunia Arab menghadapi ketidakpastian dikarenakan bercampurnya antara yang halal dan haram di kehidupan masyarakat. Saat itu praktik mengkonsumsi alkohol banyak dilakukan masyarakat, mendapatkan harta dengan cara riba juga dilakukan oleh masyarakat, penyiksaan dan diskriminasi terhadap kaum perempuan saat itu terjadi di tengah masyarakat. Tapi, setelah Islam datang semua kebingungan dan ketidakpastian ini diselesaikan oleh Islam dengan memberikan aturan yang jelas bahwa semua perbuatan diskriminasi, kezaliman dan perbuatan yang membahayakan tersebut dilarang dengan mengharamkannya. Sehingga mana perbuatan yang dihalalkan dan mana yang diharamkan menjadi jelas dan tidak membingungkan masyarakat lagi.<sup>(9)</sup>

<sup>1</sup> Al-Qur'an menggunakan istilah halal dan haram berkonotasi kepada dua makna, yaitu berhubungan dengan moral dan material. Legalitas kehalalan benda dan transaksi sangat penting dalam Islam, apalagi dalam transaksi bisnis; adanya label halal menjadi kenyamanan bagi pelanggan

---

<sup>8</sup> <sup>1</sup> d.

<sup>9</sup> Yusuf Al-Qaradhawi, <http://www.wisdom.edu.ph>).

1 muslim untuk menjual maupun membeli benda yang ada label halalhnya. Namun, sayangnya beberapa kelompok muslim masih berpandangan sempit tentang konsep halal menurut Abdoul Karim Toure.<sup>10</sup>

1 Islam juga memberikn aturan yang jelas mengenai halal dan haram dari sisi hal yang dapat dikonsumsi umat Islam. Hikmah dari aturan ini adalah agar umat muslim menjaga makanannya dan memilih makanan yang sehat dan higienis untuk bisa dikonsumsi. Beberapa makanan yang diharamkan Islam dikarenakan terdapat kandungan yang membahayakan pada makanan tersebut dan larangan tersebut tidak hanya pada bendanya tapi pada turunannya dan produk yang dihasilkan dari material daging babi juga diharamkan.<sup>11</sup> Sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah dalam surat al-Maidah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذُكِّرْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَبْسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنِ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْصَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣﴾

1 Perhatian terhadap hal yang halal tidak hanya di kalangan muslim saja, namun kesadaran terhadap produk yang halal dan non halal juga sudah menjadi perhatian

<sup>10</sup> (Toure, n.d.)

<sup>11</sup> Nurulhidayah A. Fadzlillah et al., 2011).

<sup>1</sup> kalangan non-muslim juga. Proses untuk mendapatkan label halal ini juga tidak mudah di dapat, ada aturan hukum Islam dan proses untuk mendapatkan sertifikasi halal juga harus dipatuhi. Tidak sembarangan orang bisa memberikan label halal pada suatu produk. Penerapan halal dan non-halal tidak hanya terkonsentrasi pada makanan saja, tapi diimplementasikan pada seluruh aspek kehidupan, misalnya untuk keselamatan, kesejahteraan hewan, keadilan sosial dan lingkungan yang berkelanjutan. Adanya penegasan *halalan-thoyiban* dalam al-Qur'an merupakan ketegasan penolakan Islam terhadap makanan yang tidak higienis dan makanan yang tidak aman dikonsumsi.<sup>12</sup>

## B. Teori Pariwisata Halal

Istilah pariwisata halal sudah banyak dikenal luas di masyarakat, walaupun masih ada perdebatan antara wisata halal, wisata syariah, wisata Islami, destinasi wisata yang ramah muslim, destinasi wisata yang *halal friendly*, dan wisata religi. Jika dilihat, beberapa macam istilah yang berkaitan dengan pariwisata halal dan seterusnya ini adalah bagaimana syariat Islam diaplikasikan pada semua elemen yang ada di lokasi wisata.<sup>13</sup> Boğan dan Sarıışık membedakan antara wisata halal dengan wisata syariah, menurut mereka wisata halal merupakan wisata yang aktivitas berwisatanya, produk

---

<sup>12</sup> Kasmarini Baharuddin et al., 'Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, vol. 5, no. 2 (2015), pp. 170–80.

<sup>13</sup> Rahmat Saleh and Nur Anisah, 'Pariwisata Halal Di Aceh: Gagasan Dan Realitas Di Lapangan', *Sahafa Journal of Islamic Communication*, vol. 1, no. 2 (2019), pp. 79–92, <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/article/view/2849>.

dan layanan yang diberikan di lokasi wisata tersebut sesuai dengan prinsip dan kaidah nilai Islami. Sedangkan wisata syariah adalah perjalanan wisata yang menjadi pilihan per-orang dengan tujuan untuk melakukan ibadah.<sup>14</sup>

Namun, pada bab ini konsennya tidak membahas perdebatan lebih mendalam antara beberapa istilah berkaitan dengan wisata halal dan seterusnya di atas. Pada bab ini fokus membicarakan apa wisata halal dan bagaimana konsep yang sebenarnya pada wisata halal tersebut.

Pariwisata halal tidak bisa dilepaskan dari peran budaya sebagai basisnya, apalagi pada beberapa daerah di Indonesia budaya mempunyai pengaruh yang kuat dan menjadi landasan yang dipegang teguh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Pariwisata halal selain dipengaruhi oleh budaya yang kuat mengakar, juga dipengaruhi oleh nilai-nilai yang terdapat dalam syariat Islam. Perkembangan wisata halal sekarang tidak hanya ke lokasi-lokasi wisata religi saja, tapi juga sudah merambah ke lokasi-lokasi wisata konvensional karena fokus wisata halal tidak hanya ke lokasi wisata namun juga pengelolaan wisatanya yang berbasis nilai-nilai syariat. Misalnya pada lokasi wisata konvensional (umum) menyediakan tempat shalat dan penunjuk arah kiblat.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Erhan Boğan and Mehmet Saruşık, 'Halal tourism: conceptual and practical challenges', *Journal of Islamic Marketing*, vol. 10, no. 1 (2019), pp. 87–96, <http://e-resources.perpusnas.go.id:2137/eds/detail/detail?vid=0&sid=40f65adc-e0cd-42f2-878f-a3617380403c%40sdc-v-sessmgr02&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3D#AN=134855766&db=edb>.

<sup>15</sup> Raja Ela Safira, Winda Sholikah, and Dhidhin Noer Ady Rahmanto Rahmanto, 'Promosi Daerah Dan E-Marketing Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Yogyakarta', *Islamiconomic*, vol. 10, no. 1 (2019), pp. 59–78.

Wisata halal adalah konsep wisata yang mengaplikasikan nilai-nilai syariat Islam dalam operasional dan manajemennya.<sup>16</sup> Ulfatun Hasanah menutip Asad Mohsin menyatakan bahwa wisata halal adalah skema pariwisata yang memberikan fasilitas beribadah dan makanan serta minuman halal kepada pengunjungnya. Di sisi lain wisata halal juga dikatakan konsep wisata yang pemasaran dan produknya dikemas dengan mematuhi aturan-aturan syariat Islam.<sup>17</sup>

Embrio kemunculan wisata halal tidak terlepas dari perkembangan ibadah haji dan umrah yang dilakukan umat Islam dengan berkunjung ke Ka'bah di Mekah dan Masjid Nabawi di Madinah Arab Saudi. Ibadah haji yang dilakukan satu kali dalam satu tahun dan ibadah umrah yang bisa dilakukan beberapa kali dalam satu membuat umat muslim yang berkunjung ke Arab Saudi meningkat dan bertambah setiap tahunnya. Tahun 2014 saja total ada 21,66 juta umat muslim yang berkunjung ke Arab Saudi untuk melakukan ibadah haji dan umrah. Dari total 21,66 juta tersebut terdapat 2.085.238 orang yang melaksanakan ibadah haji.<sup>18</sup>

Pada saat ini terdapat sepuluh kecenderungan yang berkaitan dengan wisata halal yang berkembang di dunia, yaitu:

---

<sup>16</sup> Mahsun Mahsun and Mohamad Jumail, 'Branding "Halal Tourism" Antara Hedonisme Dan Utilitarianisme Pariwisata Lombok', *Media Bina Ilmiah*, vol. 13, no. 7 (2019), pp. 1369–78, <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/213>.

<sup>17</sup> Ulfatun Hasanah, 'Identifikasi Produk Atraksi dan Segmentasi Pasar Pariwisata Halal (Studi di Cluster Kuta , Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat)', *Jurnal Tata Sejuta*, vol. 5, no. 1 (2019), pp. 1–14.

<sup>18</sup> Hatem El-Gohary, 'Halal tourism, is it really Halal?', *Tourism Management Perspectives*, vol. 19 (2016), pp. 124–130.

1. Digitalisasi perekonomian halal.
2. Meningkatnya jumlah wisatawan muslim perempuan.
3. Keunggulan destinasi pariwisata yang ada di Asia.
4. Pengembangan ekosistem pariwisata halal.
5. Otentikasi layanan pada objek wisata halal.
6. Pengembangan konten dan pengalaman wisata halal.
7. Menyebarkan visual perjalanan berwisata.
8. Peran *artificial intelligence* pada pengembangan wisata halal.
9. Konektifitas empati *branding* bagi para wisatawan muslim.
10. Keberlanjutan komunitas wisata halal.

Jika dilihat sepuluh kecenderungan yang berkaitan dengan wisata halal di atas, maka dapat dikatakan bahwa pengunjung wisata halal tidak hanya eksklusif kepada wisatawan muslim saja, tapi pengunjung wisata halal juga didominasi oleh wisatawan non-muslim. Bahkan negara yang muslim menjadi minoritas di negara tersebut justru wisata halalnya berkembang pesat, Jepang dan Thailand misalnya mempromosikan negara mereka sebagai destinasi wisata halal di dunia. Jepang mengakui bahwa wisata halal mempunyai potensi untuk berkembang di dunia. Untuk mempermudah wisatawan muslim yang berkunjung ke negaranya, Jepang menyediakan fasilitas web pariwisata nasional yang berkaitan dengan wisata halal, begitu juga dengan Thailand yang menyediakan aplikasi seluler gratis bagi para pengunjung wisata halal di Thailand. Web dan aplikasi seluler yang disediakan negara Jepang dan Thailand

ini menyediakan informasi tentang lokasi-lokasi wisata halal dan paket wisata halal di kedua negara tersebut.<sup>19</sup>

Beberapa negara yang muslim menjadi minoritas di negara tersebut melihat peluang besar pada bisnis wisata halal di dunia karena populasi muslim terus bertambah pada 200 negara di dunia. Dari populasi muslim yang terdapat pada 200 negara tersebut, 23% diantaranya melakukan perjalanan wisata ke beberapa bagian negara di dunia dan jumlah yang melakukan perjalanan wisata tersebut dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan, sehingga beberapa negara di dunia melihat peluang besar dari bisnis industri wisata halal ini termasuk negara minoritas muslim.<sup>20</sup>

Pariwisata halal berkaitan dengan hotel halal, logistik halal, transaksi keuangan berbasis transaksi halal (bank dan lembaga keuangan syariah), sehingga dapat dikatakan bahwa pariwisata halal berkaitan dengan aktivitas dan produk yang ditawarkan di sekitar objek wisata tersebut berbasis syariah dan petunjuk Allah dan rasul-Nya yang terdapat dalam al-Qur'an dan hadis.<sup>21</sup> Wisatawan muslim yang berkunjung ke lokasi wisata halal tidak hanya untuk berwisata, tapi juga tetap menjaga rutinitas ibadah dengan mematuhi aturan syariah yang disediakan di lokasi wisata tersebut.

---

<sup>19</sup> Sulaiman Ainin et al., 'Sentiment analyses of multilingual tweets on halal tourism', *Tourism Management Perspectives*, vol. 34 (Elsevier, 2020), pp. 1–8, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100658>.

<sup>20</sup> Nur Sa'adah Muhamad et al., 'Halal Tourism: Literature Synthesis and Direction for Future Research', *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, vol. 27, no. 1 (2019), pp. 729–45.

<sup>21</sup> Yunia Wardi, Abror Abror, and Okki Trinanda, 'Halal tourism: antecedent of tourist's satisfaction and word of mouth (WOM)', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol. 23, no. 5 (2018), pp. 463–72.

Urusan duniawi bagi muslim tidak bisa dilepaskan dari pengaruh agama, salahsatu dari urusan duniawi tersebut adalah berwisata. Bagi kalangan muslim berwisata walaupun hanya untuk urusan duniawi tapi tidak bisa dilepaskan dari pengaruh agama dan spiritual, poin penting dari hal ini adalah bahwa Islam menekankan bahwa berwisata juga harus mematuhi norma agama dan moral yang berlandaskan dari syariat Islam. Berwisata selain untuk urusan hiburan duniawi, ternyata dengan berwisata juga bisa menjalin silaturahmi antar sesama individu, bisa menjadi lahan berdakwah, menyebarkan harmoni dan perdamaian, piknik, bermuhasabah, sarana untuk memurnikan spiritual dan juga bisa menjadi sarana beribadah.<sup>22</sup>

Secara umum indikator dari wisata halal adalah:

1. Menghargai nilai-nilai budaya lokal yang sudah melekat menjadi tradisi masyarakat tempat lokasi wisata halal.
2. Tidak merusak lingkungan dan melestarikan lingkungan sekitar lokasi wisata halal. Wisata halal merupakan wisata yang tidak merusak alam melainkan merupakan kegiatan berwisata yang menghargai alam sekitar.
3. Menjaga ketertiban umum karena berwisata dengan konsep halal adalah menyebarkan harmoni dan perdamaian.
4. Menjaln silaturahmi dan menghormati orang lain. Berwisata selain untuk tujuan rekreasi, tapi juga harus menjaga ketertiban umum dan menghormati hak orang lain.

---

<sup>22</sup> Paolo Pietro Biancone et al., 'Halal tourism: An opportunity for the global tourism industry', *Tourism Analysis*, vol. 24, no. 3 (2019), pp. 395–404.

Jika dilihat beberapa indikator di atas, maka dapat dikatakan bahwa wisata halal adalah berwisata dengan tidak melanggar aturan yang digariskan agama melalui syariat Islam, menjaga keharmonisan masyarakat umum, menjadi tradisi dan budaya serta menyebarkan akhlak yang mulia kepada alam dan antar sesama manusia di muka bumi.<sup>23</sup>

Istilah halal dalam pariwisata halal bukan hanya sekedar *branding* dari suatu merek produk yang dipasarkan, tapi penggunaan kata halal dalam wisata halal adalah bagaimana aplikasi kejujuran dan *trust* dalam produk yang dipasarkan dan bagaimana nilai-nilai syariat diterapkan pada paket wisata dengan logo halal. Wisata halal berbeda dengan wisata religi karena wisata religi fokusnya adalah beribadah melalui haji dan umrah, wisata halal merupakan konsep liburan wisata dengan mematuhi nilai-nilai dan norma syariat Islam seperti yang disampaikan oleh Muhammad Munir Chaudry Presiden Islamic Nutrition Council of America pada Global Halal Forum tanggal 30 Oktober sampai dengan tanggal 2 November 2013 Pekan Raya Jakarta. Istilah wisata halal pertama kali diperkenalkan saat pelaksanaan Global Halal Forum ini dan pada saat even Indonesia Halal Expo (Indhex) tahun 2013.<sup>24</sup>

### C. Konsep Integrasi

Konsep integrasi jika dikaitkan pada pariwisata halal dapat diterjemahkan kepada:

---

<sup>23</sup> *Ibid.*

<sup>24</sup> Aan Jaelani, 'Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects', *International Review of Management and Marketing*, vol. 7, no. 3 (2017), pp. 25–34.

1. Pembauran antara konsep pariwisata halal dengan budaya dan adat istiadat yang berkembang di tengah masyarakat. Budaya dan adat istiadat sudah menjadi norma yang dilaksanakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, maka konsep pariwisata halal hendaknya terintegrasi dengan budaya dan adat istiadat yang dijunjung oleh masyarakat.
2. Integrasi normatif merupakan pembauran antara konsep wisata halal dengan budaya dan norma sosial yang berkembang di masyarakat.
3. Integrasi informatif dan komunikatif yaitu pembauran konsep wisata halal dengan sistem sosial yang ada di masyarakat, hendaknya konsep wisata halal bersifat informatif dan komunikatif sehingga bisa diterima dengan mudah oleh masyarakat.
4. Integrasi fungsional yaitu memberikan kebebasan kepada semua pelaku wisata halal untuk bertindak sesuai dengan peran masing-masing. Melalui konsep integrasi ini, kebebasan peran masing-masing pelaku wisata halal menjadi suatu keharusan.<sup>25</sup>

#### D. Teori SWOT

Matrik SWOT atau dikenal juga dengan analisis SWOT menurut beberapa pendapat dikemukakan oleh Albert S. Humphrey yang menjalankan konsultan bisnis yang melakukan berbagai penelitian untuk Stanford Research Institute pada rentang tahun 1960 sampai dengan 1970. Poin penting dari teori penelitian dengan analisis SWOT ini adalah diketahuinya faktor internal (kekuatan dan kelemahan)

---

<sup>25</sup> Mochamad Novi, 'Integrasi Pariwisata Halal di Kota Malang', *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 4, no. 2 (2019), pp. 194–201.

dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dari sebuah struktur, misalnya organisasi, industri, negara dan wilayah.

Kelebihan dari analisis SWOT ini adalah melalui analisis ini bisa diketahui kekuatan dari objek yang diteliti sehingga bisa diukur kemampuan objek tersebut untuk bersaing dengan institusi yang lain. Namun, dibalik kelebihannya, ternyata analisis SWOT juga mempunyai kelemahan yaitu pemetaan kekuatan dan peluang hanya bisa dilakukan secara temporer tidak terus-menerus dan data yang diperoleh pada tertentu tersebut tidak bisa menjadi patokan untuk pemetaan di waktu-waktu berikutnya.<sup>26</sup>

Analisis SWOT mempunyai peran yang baik dalam memberikan informasi dampak positif dan negatif yang bisa saja terjadi bagi objek penelitian. Dengan kata lain, analisis SWOT bisa mengungkap pemahaman terhadap suatu fenomena dan kemungkinan risiko dan hambatan yang bisa muncul bagi objek yang diteliti.<sup>27</sup> Pada penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan jika dilakukan integrasi antara industri pawisisata halal dan industri perbankan syariah. Integrasi ini mungkin saja bisa dilakukan karena dua industri ini menekankan pada *sharia compliance*.

Analisis SWOT merupakan metodologi yang bisa diaplikasikan dalam penelitian untuk memperkuat formula strategi. Penelitian dengan analisis SWOT ini bisa memberikan

---

<sup>26</sup> Tomás Estrada et al., 'Entrepreneurship in Costa Rica: A SWOT Analysis from an Entrepreneurial Ecosystem Perspective', *Business Journal for Entrepreneurs*, vol. 2015, no. 2 (2015), pp. 131–45.

<sup>27</sup> Sara Melkić and Nevenka Čavlek, 'The impact of blockchain technology on tourism intermediation', *Tourism*, vol. 68, no. 2 (2020), pp. 130–43.

informasi kepada pengambil kebijakan karena dengan informasi yang direkomendasikan oleh penelitian dengan analisis SWOT pengambil kebijakan bisa mengidentifikasi dan menyusun strategi untuk meningkatkan kinerja dan membangun keunggulan kompetitif perusahaan dan institusi. Melalui analisis SWOT suatu perusahaan dan institusi bisa mengukur kekuatannya, mengidentifikasi kelemahan, memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.<sup>28</sup>

Kekuatan dan kelemahan dalam analisis SWOT terdapat dalam perusahaan atau institusi itu sendiri, sedangkan peluang dan ancaman terdapat di luar lingkungan institusi atau perusahaan. Peran analisis SWOT disini adalah untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi institusi atau perusahaan tersebut. Analisis SWOT disini berperan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing dengan pesaingnya.

Kekuatan diidentifikasi dengan suatu kelebihan yang membuat suatu perusahaan atau institusi istimewa dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan pesaingnya. Kekuatan merupakan indikator positif, artinya semakin tinggi nilai kekuatan berarti semakin positif perusahaan atau institusi tersebut. Suatu perusahaan atau institusi bisa dikatakan kuat jika memiliki lima indikator, yaitu memiliki fondasi pemasaran yang kuat, memiliki struktur keuangan yang kuat, memiliki

---

<sup>28</sup> Wan-Chung Hong, Wei-Li Wu, and Kung-Jeng Wang, 'Airport-City Development Trend and Strategy Formulation Using Integrated Analysis — The Case of Taiwan', *Journal of Airport Management*, vol. 6, no. 3 (2012), pp. 274–95.

kapasitas produksi yang tinggi, mempunyai potensi untuk berkembang, dan memiliki sumber daya manusia yang efektif.<sup>29</sup>

Kelemahan diidentifikasi dengan tidak memiliki kompetensi, kelemahan bisa juga dikatakan sesuatu yang merugikan. Suatu perusahaan atau institusi yang lemah berarti suatu perusahaan atau institusi yang kurang efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaingnya. Mengetahui kelemahan suatu perusahaan atau institusi sama pentingnya dengan mengidentifikasi kekuatan karena perencanaan strategi untuk bersaing dengan pesaing tidak bisa disusun dengan kelemahan, tapi harus disusun dengan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau insitusi, sehingga kelemahan harus bisa diidentifikasi sedini mungkin untuk mengatasinya sehingga bisa menjadi kekuatan.<sup>30</sup>

Peluang merupakan kondisi dimana suatu perusahaan atau institusi punya momentum untuk mencapai tujuan, peluang hampir sama dengan kekuatan dari sisi hal positif yang bisa dimaksimalkan oleh perusahaan atau institusi untuk menyusun strategi dalam mencapai tujuannya. Peluang datang dari kondisi di luar perusahaan yang memungkinkan bagi suatu perusahaan dan institusi memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang dimilikinya untuk mencapai tujuan yang menguntungkan.

Sedangkan ancaman merupakan situasi yang tidak menguntungkan dan membahayakan aktivitas dari suatu perusahaan dan institusi sehingga dengan karakteristiknya ini

---

<sup>29</sup> Emet GÜREL and Merba TAT, 'SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW', *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research*, vol. 10, no. 51 (2017), pp. 994–1006.

<sup>30</sup> *Ibid.*

ancaman harus dihindari oleh perusahaan dan institusi karena dalam ancaman ini terdapat risiko yang bisa membahayakan dan membayangi perusahaan dan institusi dengan kegagalan. Munculnya ancaman bisa membuat kurang efektif dan efisiennya perusahaan dan institusi.<sup>31</sup>

Risiko akan muncul ketika keputusan yang diambil tidak berdasarkan informasi yang sempurna, benar, dan akurat. Jika keputusan yang diambil tidak diukur dengan kemungkinan risiko yang akan dihadapi dan keputusan yang diambil karena kedekatan emosional, maka sebenarnya keputusan yang diambil tersebut sedang membuka gerbang untuk masuknya risiko. Informasi yang tidak sempurna akan menghasilkan ketidakpastian.<sup>32</sup>

Risiko pada perusahaan muncul ketika adanya ketidakpastian (*uncertainty*) yang “mengancam” profitabilitas perusahaan tersebut dan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan tersebut. Untuk meminimalisir atau mengatasi ketidakpastian ini, dunia usaha dapat menerapkan strategi-strategi *traditional qualitative risk assessment* dan *quantitative management of risk*. Penerapan dua strategi ini tergantung pada *risk practices* dan *strong regulatory incentives* yang berhubungan dengan pengendalian risiko perusahaan serta definisi perbankan terhadap risiko yang dihadapinya. Dalam perspektif regulasi, perusahaan perlu menjaga kecukupan modalnya untuk menghadapi berbagai risiko (*underlying philosophy of capital requirement*).<sup>33</sup>

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> Imam Wahyudi dkk., *Manajemen Risiko Bank Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 5-6

<sup>33</sup> Masyhud Ali, *Manajemen Risiko: Strategi Perbankan dan Dunia Usaha Menghadapi Tantangan Globalisasi Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,

Perumusan strategi perusahaan dapat dirumuskan melalui perencanaan yang informasinya diperoleh melalui analisis SWOT, strategi yang baik berdasarkan analisis SWOT adalah memaksimalkan semua kekuatan dan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dan institusi. Strategi yang baik adalah strategi yang disusun dengan sesuai dengan visi, misi, tujuan dan kebijakan yang menjadi karakteristik suatu perusahaan atau institusi. Proses analisis SWOT dalam merencanakan strategi perusahaan bisa dilihat pada gambar berikut ini<sup>34</sup>:

**Gambar 1:**  
**Proses Analisis SWOT**



Sumber: Freddy Rangkuti, 2006

2006), hlm. 311

<sup>34</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 14th edition (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 19.

## METODOLOGI PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Suatu penelitian sudah seharusnya terdapat unsur ilmiah dalam mengamati objek yang diteliti yang tentunya juga menggunakan teori dan metodologi yang tepat.<sup>1</sup> Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dimana suatu penelitian kualitatif tidak hanya fokus pada satu realitas titik tertentu, tapi penelitian kualitatif merupakan penelitian yang melihat fenomena yang diteliti dengan lebih mendalam dan lebih detail yang tidak hanya mengandalkan panca indera.<sup>2</sup> Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang menggambarkan tentang fenomena pada objek penelitian.

---

<sup>1</sup> Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI, *Agenda Riset Keagamaan Nasional (ARKAN) 2018-2028* (2018), pp. 59.

<sup>2</sup> A. Manzilati, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan Aplikasi* (Malang: UB Press, 2017), pp.21.

### <sup>3</sup> B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini awalnya ingin dilakukan di Indonesia yang diwakili oleh propinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta dan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Namun, dikarenakan adanya wabah COVID-19 provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta tidak bisa dikunjungi, maka peneliti akhirnya menggunakan dokumentasi sebagai instrumen pengumpulan data untuk tiga provinsi ini, sedangkan untuk Provinsi Kepulauan Bangka Belitung peneliti tetap menggunakan wawancara sebagai instrumen pengumpulan data. <sup>3</sup> Sedangkan waktu penelitian ini direncanakan selama enam bulan, yaitu dari bulan Februari sampai dengan bulan Juli 2020.

### C. Sumber Data

Sumber data primer penelitian ini adalah BRI Syariah Jakarta, Bank Mega Syariah Jakarta, Bank BJB Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank DKI Syariah, <sup>5</sup> Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Pusat serta pelaku bisnis industri halal di Jakarta, Jawa Barat dan Yogyakarta. Sebagaimana disampaikan di atas peneliti tidak bisa mengunjungi provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta karena COVID-19, akhirnya peneliti memaksimalkan pengumpulan data melalui BPJPH, MUI Provinsi Kepulauan Bangka <sup>1</sup> Belitung dan BPRS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Selain data primer, penelitian ini juga dilengkapi dengan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal dan berbagai dokumen lainnya yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan observasi, *in depth interview*, dokumentasi dan triangulasi.<sup>3</sup> Teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian ini nantinya adalah wawancara tak terstruktur. Teknik ini dipilih karena yang akan diwawancarai adalah tokoh penting dan wawancaranya dalam kondisi formal.<sup>4</sup> Informan yang akan diwawancarai pada penelitian ini adalah BRI Syariah Jakarta, Bank Mega Syariah Jakarta, Bank BJB Syariah, Bank DKI Syariah, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Pusat serta pelaku bisnis industri halal di Jakarta, Jawa Barat dan Yogyakarta. Selain wawancara, teknik pengumpulan data yang akan digunakan juga melibatkan observasi dan pengamatan terhadap dokumen-dokumen yang berhubungan dengan tema dan objek penelitian.

#### E. Analisis Data

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap kesahihan data yang diperoleh dengan melakukan pengujian terhadap kredibilitas data penelitian (dikenal juga dengan uji kevalidan internal data), uji terhadap reliabilitas data penelitian, uji generalisasi data (dikenal juga dengan uji kevalidan eksternal data), dan uji objektivitas

<sup>3</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian* (Depok: Rajawali Pers, 2018), pp.93.

<sup>4</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Revisi edition (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), pp. 190-191.

<sup>1</sup> data penelitian (dikenal juga dengan uji konfirmabilitas penelitian).<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Teknik analisis data pada penelitian kualitatif adalah dengan analisis induktif untuk mencari model dan pola tertentu yang sesuai dengan tema penelitian.<sup>6</sup> <sup>1</sup> Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif Miles dan Huberman dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Merangkum data-data penelitian sesuai dengan benang merah penelitian, sehingga data-data yang tidak penting dan tidak sesuai dengan tema penelitian diabaikan. Hal ini dikenal juga dengan reduksi terhadap data penelitian.
- b) Menyajikan data dalam bentuk teks naratif, dalam bentuk tabel, dan dalam bentuk gambar. Melalui penyajian data ini akan memperlihatkan hubungan antar variabel penelitian dan akan semakin memudahkan pembaca dalam memahami arah penelitian.
- c) Setelah data dirangkum dan data disajikan, maka <sup>1</sup> langkah berikutnya adalah menyimpulkan penelitian. Langkah pertama dalam penarikan kesimpulan adalah kesimpulan sementara dan kesimpulan yang memperlihatkan temuan dari penelitian yang dilakukan.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, ed. by Sutopo (Bandung: CV. Alfabeta, 2016), pp. 383.

<sup>6</sup> Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, pp. 94.

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, pp.335-343.

## F. Perencanaan dan Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan April sampai dengan bulan Agustus 2020 pada lima bank syariah di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Indonesia. Konsep awal sebelum wabah COVID-19 direncanakan pengumpulan data penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan bertemu langsung dan mewawancarai langsung informan penelitian ini dari instansi-instansi yang disebutkan di atas. Namun, sejak COVID-19 melanda yang membuat perjalanan dinas terganggu sejak bulan Maret 2020 sampai dengan bulan Agustus 2020, maka metode pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan dokumentasi dan data yang didapatkan melalui data sekunder. Beberapa data juga peneliti dapatkan pada webinar-webinar yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

Langkah-langkah yang dilakukan peneliti berkaitan dengan pengumpulan data adalah:

1. Melakukan studi literatur dan observasi, hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran utuh berkaitan dengan objek penelitian sebelum peneliti turun langsung ke lapangan melakukan pengumpulan data.
2. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini awalnya adalah data primer, namun karena wabah COVID-19 yang membuat akses untuk melakukan perjalanan melakukan penelitian terbatas, maka sumber data penelitian ini berubah yang dari awalnya adalah primer menjadi data sekunder.

3. Teknik pengumpulan data peneliti ini pada konsep awal adalah wawancara pada lima bank syariah di Indonesia (Bank Jabar Banten Syariah, Bank DKI Syariah, Bank Mega Syariah, Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Indonesia; namun karena kendala yang disebutkan pada poin nomor dua, maka teknik pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi melalui data sekunder.
4. Setelah data terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan pengolahan data dengan analisi *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT). Formulasi SWOT ini dilakukan dengan menghubungkan antara *Strength* dengan *Opportunity* (S – O) , penghubungan S – O dilakukan untuk menemukan bagaimana optimalisasi kekuatan yang dimiliki dalam memanfaatkan peluang yang ada. Namun, fokus pada penelitian ini tidak hanya pada S – O saja, pengolahan data juga dilakukan dengan menghubungkan antara W-O, S-T, dan W-T.<sup>8</sup>

Langkah-langkah pengolahan data penelitian dengan menggunakan analisis SWOT adalah dengan melihat faktor internal dan eksternal<sup>9</sup> dari variabel yang diteliti pada suatu

---

<sup>8</sup> C. Swastiratu, L.M. Baga, and I.T. Saptono, 'Banking and Financial Technology (Fintech) Islamic Integration With Collaborative Models', *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, vol. 91, no. 7 (2019), pp. 102–11.

<sup>9</sup> Yue Hu, 'A Study on the Long-term Mechanism of Marine Economic Development from SWOT Perspective', *Journal of Coastal Research*, vol. 107, no. sp1 (2020), pp. 249–52.

penelitian, setelah ditemukan faktor internal dan eksternal, maka dibuat matriks SWOT yang tujuannya adalah untuk melihat posisi kuadran intergrasi antara industri pariwisata halal dengan perkembangan bank syariah di Indonesia. Analisis SWOT dilakukan setelah pengumpulan data sudah dilakukan dan data yang diperoleh sudah lengkap.<sup>10</sup>

Wawancara yang dilakukan pada penelitian dengan analisis SWOT adalah dengan metode wawancara semi-terstruktur, wawancara secara mendalam. Wawancara secara mendalam ini disesuaikan dengan pertanyaan penelitian yang sudah disusun sebelum peneliti turun ke lapangan melakukan pengumpulan data.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini fokusnya adalah menemukan bagaimana peran industri pariwisata halal terhadap pertumbuhan bank syariah di Indonesia begitu juga sebaliknya sehingga dalam penelitian ini dinamakan dengan istilah integrasi. Pertanyaan wawancara disusun sesuai dengan empat komponen yang ada dalam teori SWOT.

Bagi dunia bisnis analisis SWOT sangat berguna untuk mengukur keberhasilan suatu bisnis dan investasi dengan melihat variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Begitu juga analisis SWOT bermanfaat bagi investor yang akan menginvestasikan dananya di suatu perusahaan, dengan melihat analisis SWOT investor bisa melihat risiko yang terdapat di suatu perusahaan. Dalam dunia pemasaran, analisis SWOT juga berguna membuat rencana pengembangan

---

<sup>10</sup> Mentari Aurelia, Nandi Kosmaryandi, and Siti Amanah, 'Potensi Ekowisata Berbasis Masyarakat Kampung Urug, Sukajaya, Bogor', *Media Konservasi*, vol. 25, no. 1 (2020), pp. 1–9.

<sup>11</sup> Orit Hazzan et al., *Application of Management Theories for STEM Education: The Case of SWOT Analysis* (Springer, 2018), hlm. 7.

pemasaran suatu perusahaan. Intinya adalah bahwa analisis SWOT sangat bermanfaat bagi perencanaan baik untuk institusi maupun lingkungan bisnis.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Donovan A. Mcfarlane, 'International Developing A Country Swot Analysis: Evaluating Entrepreneurial Opportunities In Jamaica', *Business Journal for Entrepreneurs*, vol. 2010, no. 2 (2010), pp. 61–70.

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### A. Profil Singkat Bank Syariah

#### 1. Profil Bank Syariah Mandiri

**B**ank Syariah Mandiri sebagai salahsatu bank syariah terbesar di Indonesia sudah dikenal luas oleh masyarakat. Bank syariah yang identik dengan warna hijau ini awal mula kemunculannya dilatarbelakangi oleh krisis moneter yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998. Tepatnya tanggal 31 Juli 1999 pemerintah menggabungkan empat bank di saat itu, yaitu Bank Exim, Bank Dagang Negara, Bapindo dan Bank Bumi Daya. Keempat bank ini kemudian diberi nama PT. Bank Mandiri, adanya merger ini kemudian membuat PT. Bank Mandiri (Persero) “menguasai” PT. Bank Susila Banti (BSB) yang kemudian menjadi embrio berdirinya Bank Syariah Mandiri.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Mandiri Syariah, *Sejarah* (2017), <https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/sejarah>, accessed 30 Aug 2020.

Adanya <sup>7</sup> Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 menjadi momentum untuk berdirinya Bank Syariah Mandiri, tujuan dari adanya bank berbasis layanan syariah ini adalah untuk memunculkan layanan berbasis syariah sesuai dengan arahan Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 ini. Di tanggal 8 September 1999 melalui Akta Notaris No. 23 akhirnya secara resmi BSB berubah menjadi PT. Bank <sup>6</sup> Syariah Mandiri. Perubahan ini diresmikan melalui SK Gubernur Bank Indonesia Nomor 1/24/KEP.BI/1999 di tanggal 25 Oktober 1999. Setelah diresmikan, PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi melakukan operasional pada tanggal 1 November 1999.<sup>2</sup>

PT. Bank Syariah Mandiri menanamkan nilai religius dalam operasional usaha yang dilakukannya yang tujuannya tidak hanya mencari keuntungan duniawi semata, tapi juga mencari berkah dengan mengaplikasikan nilai-nilai religius dalam segala aspek usaha yang dilakukan. Bank syariah yang berkantor pusat di Jl. Thamrin Jakarta Pusat ini terus berkembang pesat dari tahun 1999 sampai dengan saat ini.<sup>3</sup>

## <sup>6</sup> 2. Profil Bank Jabar Banten Syariah

Bank Jabar Banten Syariah berdiri tanggal 20 Mei 2020 dengan bentuk Unit Usaha Syariah. Berdirinya Unit Usaha Syariah (UUS) Bank Jabar Banten Syariah ini adalah sebagai respon dari semakin tumbuh dan berkembangnya bank syariah di Provinsi Jawa Barat ketika itu. Setelah sepuluh tahun berdiri sejak tahun 2000, maka pada tahun 2010 berdiri

---

<sup>2</sup> Syariah Bank, *Profil dan Produk Bank Mandiri Syariah* (2015), <https://www.syariahbank.com/profil-dan-produk-bank-mandiri-syariah/>, accessed 30 Aug 2020.

<sup>3</sup> Mandiri Syariah, *Profil Perusahaan* (2017), <https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>, accessed 1 Sep 2020.

6

Bank Umum Syariah di Bank Jabar Banten Syariah. Berdirinya Bank Umum Syariah ini adalah sebagai langkah mendukung perkembangan pasar perbankan syariah yang menjadi program Bank Indonesia ketika itu.

Tepatnya tanggal 15 Januari 2010 berdiri Bank Umum Syariah di Bank Jabar Banten Syariah melalui Akta Pendirian Nomor 4 dan telah disahkan oleh Kementerian Hukum dan HAM Nomor AHU.04317.AH.01.01 Tahun 2010 pada tanggal 26 Januari 2010. Modal disetor ketika mendirikan Bank Jabar Banten Syariah ini adalah Rp 500 Milyar dimana sahamnya dimiliki oleh PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk sebesar Rp 495 Milyar dan modal disetor dari PT. Banten Global Development sebesar Rp 5 Milyar. Tepat tanggal 6 Mei 2010 Bank Jabar Banten dalam bentuk Bank Umum Syariah memulai operasionalnya.

Setelah beberapa kali penambahn modal disetor, tercatat pada tanggal 28 November 2018 modal disetor Bank Jabar Banten Syariah sudah mencapai Rp 1.510.890.123,995 (satu triliun lima ratus sepuluh miliar delapan ratus sembilan puluh juta seratus dua puluh tiga ribu sembilan ratus sembilan puluh lima rupiah).

Kantor pusat Bank Jabar Banten (BJB) Syariah berada di Jl. Braga No. 135 di kota Bandung. Jumlah kantor cabang BJB Syariah sudah mencapai 8 kantor cabang, 55 kantro cabang pembantu dan 49.630 jaringan ATM bersama.<sup>4</sup> Untuk kinerja keuangan dari sisi aset BJB Syariah di akhir tahun 2019 meningkat 14,56% dibandingkan dengan tahun 2018 atau

---

<sup>4</sup> Bank Jabar Banten Syariah, *Profil Bank Jabar Banten Syariah* (2020), <http://bjbsyariah.co.id/profil>, accessed 1 Aug 2020.

terjadi peningkatan aset BJB Syariah sebesar Rp 981,75 miliar. *Market share* BJB Syariah tahun 2019 sebesar 2,41%, sedangkan ditahun sebelumnya (2018) *market share* BJB Syariah sebesar 2,30%.<sup>5</sup>

Visi BJB Syariah adalah “menjadi lima bank syariah terbesar di Indonesia berkinerja baik dan menjadi solusi keuangan pilihan masyarakat”. Sedangkan visi BJB Syariah ini adalah:

- a. Memberi Layanan Perbankan Syariah kepada masyarakat di Indonesia dengan Kualitas prima melalui inovasi produk, kemudahan akses, dan Sumber Daya Insani yang profesional.
- b. Memberi nilai tambah yang optimal bagi stakeholder dengan tetap berpegang teguh pada prinsip kehati-hatian dan tata kelola yang baik.
- c. Mendorong pertumbuhan perekonomian daerah terutama dengan peningkatan Usaha Kecil, dan Menengah (UKM).<sup>6</sup>

### 3. Profil Bank DKI Syariah

Bank DKI Syariah merupakan Unit Usaha Syariah (UUS) dari Bank DKI. Awal mula nama Bank DKI ini adalah “PT. Bank Pembangunan Daerah Jakarta Raya” dengan akta pendirian Nomor 30 Tanggal 11 April 1961. Pada tahun 1978 terjadi transformasi bentuk perusahaan Bank DKI yang awalnya dalam bentuk Perseroan Terbatas kemudian

---

<sup>5</sup> Bank Jabar Banten Syariah, *Laporan Tahunan 2019: Meningkatkan Kinerja Berkelanjutan Tanpa Mengurangi Keuntungan untuk Mempercepat Bisnis ke Depan* (2019), hlm. 32.

<sup>6</sup> *Ibid.* hlm. 50-51

bertransformasi menjadi Bank Pembangunan Daerah DKI Jakarta dengan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 1993. Tahun 2004 didirikanlah Unit Usaha Syariah di Bank DKI, tepatnya pada bulan Maret tahun 2004. Dasar dari pendirian UUS ini adalah Surat Bank Indonesia No. 6/39/DpbS, tanggal 13 Januari 2004.<sup>7</sup>

Visi dari Bank DKI ini adalah “Menjadi Bank Regional Modern dan Bernilai tinggi, yang Menjaga Keseimbangan antara Keuntungan & Pembangunan Jakarta”. Berikut ini uraian dari visi Bank DKI ini:

- a. Bank regional adalah bahwa Bank DKI merupakan bank dengan bentuk Bank Pembangunan Daerah milik pemerintah provinsi DKI Jakarta.
- b. Modern bermakna bahwa fisik bangunan Bank DKI adalah bank yang bersih dan mengikuti perkembangan kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Prinsip ini diterapkan untuk memberikan pelayanan prima dan berkualitas bagi nasabah Bank DKI.
- c. Bernilai tinggi adalah bank yang mempunyai daya saing dan memberikan dividen yang bagi bagi para investor yang menginvestasikan dananya di Bank DKI.
- d. Menjaga keseimbangan sebagai banknya rakyat Jakarta tentunya berkewajiban ikut mengembangkan perekonomian Jakarta dan juga sebagai perusahaan bisnis juga mendapatkan keuntungan yang maksimal.

---

<sup>7</sup> Bank DKI, *Sekilas Bank DKI*, <https://www.bankdki.co.id/id/corporate-website/sekilas-bank-dki>, accessed 10 Aug 2020.

- e. Keuntungan, sebagai perusahaan bisnis bisa mendapatkan keuntungan yang signifikan bagi perannya dalam pembangunan DKI Jakarta dan mampu menyejahterakan karyawannya.
- f. Pembangunan Jakarta, sebagai bagian dari pemerintah Provinsi DKI Jakarta Bank DKI ikut berperan bagi pengembangan dan kemajuan pembangunan di Kota Jakarta dan bagi kesejahteraan masyarakat DKI Jakarta.

Selain visi yang sudah disampaikan di atas, misi Bank DKI adalah:

- 4 a. Mendukung pengembangan Jakarta dengan menjadi bank pilihan untuk transaksi, UMKM dan mewujudkan masyarakat *less-cash*.
  - 1) Mendukung Pengembangan Jakarta  
Partisipasi proaktif dalam pembangunan Jakarta sekaligus sebagai mitra Pemprov DKI dalam memberikan layanan publik untuk penduduk Jakarta.
  - 2) Menjadi Bank Pilihan untuk Transaksi  
Sebagai sentral transaksi antara Pemprov dan penduduk Jakarta dengan penyediaan produk dan layanan transaksi terbaik.
  - 3) Bank Pilihan UMKM  
Mitra dunia usaha dalam meningkatkan pertumbuhan bisnis UMKM (Usaha Menengah, Kecil dan Mikro) di wilayah DKI Jakarta dan *Greater Jakarta*, khususnya UMKM binaan Pemprov DKI Jakarta dengan penyediaan produk dan layanan

- retail dan mikro yang iengkap, kompetitif, serta berkualitas tinggi.
- 4) Bank Pilihan Mewujudkan Masyarakat “Less-Cash” Mitra utama Pemprov DKI dalam mewujudkan Kota Jakarta sebagai ‘*model city* dari ‘*less-cash society* (masyarakat yang banyak menggunakan layanan transaksi non tunai) di Indonesia.
  - b. Memaksimalkan peranan sebagai mitra Jakarta untuk mendorong kesuksesan komersial
    - 1) Memaksimalkan Peranan Sebagai Mitra Jakarta Memaksimalkan semua potensi bisnis sebagai mitra dunia usaha UMKM (Usaha Menengah, Kecil dan Mikro) di wilayah DKI Jakarta dan Greater Jakarta, sekaligus sebagai mitra bisnis BUMD serta sebagai mitra bisnis perusahaan yang memiliki proyek dengan Pemprov DKI Jakarta
    - 2) Mendorong Kesuksesan Komersial Sebagai entitas bisnis perbankan yang tumbuh progresif dan berkelanjutan
  - c. Mencapai keberhasilan bisnis dengan mendayagunakan akses kepada komunitas Jakarta
    - 1) Mencapai Keberhasilan Bisnis Tumbuh progresif dan berkelanjutan
    - 2) Mendayagunakan Akses kepada Komunitas Jakarta Memaksimalkan potensi dari akses berbagai komunitas yang memiliki hubungan dengan atau berada dalam binaan Pemprov DKI Jakarta untuk dapat menjadi bagian dari bisnis bank.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Bank DKI Syariah, *Laporan Pelaksanaan Good Corporate Governance Unit Usaha Syariah PT. Bank DKI Periode Tahun 2016* (2016), hlm. 2-3.

## **B. Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah Dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Halal**

Tahun 2018 sebelum COVID-19 mewabah secara internasional terdapat 1,8 miliar konsumen muslim secara internasional. Pada tahun 2018 dilaporkan pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen muslim lebih kurang US \$ 2,2 Triliun, pengeluaran ini meliputi sektor konsumsi pada makanan, farmasi, gaya hidup. Pengeluaran ini menyiratkan peningkatan konsumsi 5,2% per tahun, selain itu aset keuangan Islam juga mengalami peningkatan yang pada tahun 2018 ditaksir mencapai \$ 2,5 triliun.

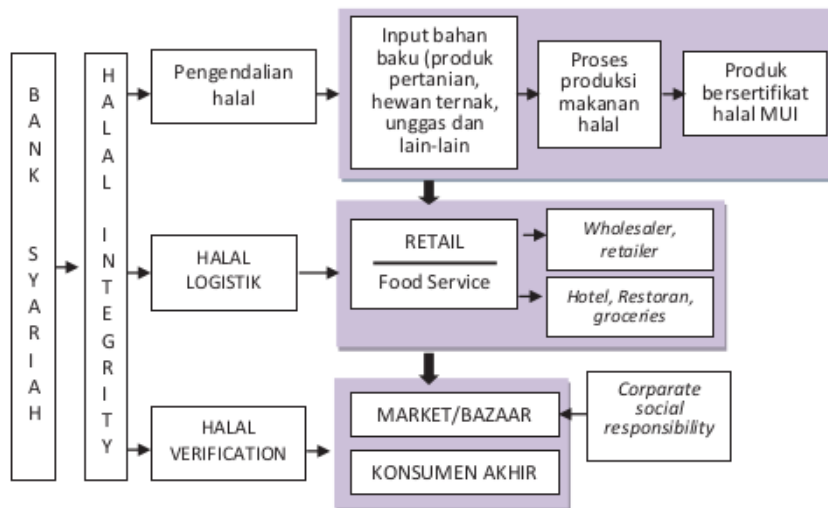
Peningkatan konsumsi ini juga ikut meningkatkan permintaan terhadap produk-produk sub-sektor halal secara global, produk-produk dimaksud adalah makanan halal, kosmetik dan farmasi halal, layanan keuangan syariah, *muslim fashion*, wisata halal, dan publikasi media bertemakan tentang Islam. Peningkatan ini karena beberapa faktor kunci, diantaranya adalah meningkatnya populasi muslim secara global, meningkatnya kepatuhan terhadap etika dan nilai-nilai syariah, investasi yang berkelanjutan dan terus meningkat di bidang industri halal, dan meningkatnya perhatian beberapa negara untuk mengembangkan industri halal.

Beberapa negara berlomba-lomba dalam pengembangan industri halal dan keuangan Islam. Malaysia memang masih menjadi negara terdepan dalam industri halal dan keuangan syariah ini diikuti oleh Uni Emirat Arab, Bahrain dan Arab Saudi. Salahsatu negara yang mempunyai peningkatan signifikan adalah Indonesia, pada tahun 2018 Indonesia masih

menempati peringkat kesepuluh, namun pada tahun 2019 Indonesia sudah menempati peringkat kelima.<sup>9</sup>

Pertumbuhan industri halal memerlukan peran industri keuangan syariah khususnya perbankan syariah untuk pengembangannya. Integrasi industri halal dengan perbankan syariah bukan suatu hal yang tidak mungkin dilakukan, peran perbankan syariah terhadap pertumbuhan industri halal sangat dibutuhkan dalam hal *halal value chain*. Peran bank syariah dalam hal ini menjadi tiga macam, yaitu dari sisi kontrol halal, penyediaan produk-produk halal di masyarakat dan pada validasi halal. Integrasi bank syariah dan industri halal tampak pada gambar berikut ini:

**Gambar 1:**  
**Integrasi Bank Syariah dan Industri Halal**



Sumber: Rahmayati, 2018.

<sup>9</sup> Dinar Standard and et.al, 'State of the Global Islamic Economy Report 2019/20', Dubai International Financial Centre (2019), hlm. 2.

5 Peran bank syariah dalam memajukan industri halal bisa melalui suntikan dana pembiayaan bagi para pengusaha dan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) syariah. Peran bank syariah sangat krusial bagi para pengusaha dan pelaku UMKM syariah melalui suntikan modal yang bisa menambah daya saing pengusaha dan pelaku UMKM syariah. Selain kepada produsen, peran bank syariah juga penting kepada konsumen industri halal, bank syariah mempunyai andil penting dalam hal edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya konsumsi produk dan makanan halal sehingga *halal awareness* terwujud di masyarakat. Mungkin selama ini masyarakat tidak banyak peduli tentang kehalalan suatu produk, namun dengan adanya edukasi dari bank syariah diharapkan meningkatkan literasi masyarakat tentang pentingnya produk dan makanan halal.<sup>10</sup>

Peran perbankan syariah dalam pengembangan industri halal adalah: (1) melalui *empowerment* 5 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), banyak pengusaha UMKM yang tidak terlalu memperhatikan pentingnya sertifikasi halal karena adanya anggapan yang mengolah dan memproduksi produk halal adalah muslim juga sehingga sudah pasti halal, padahal untuk mendapatkan label halal melalui sertifikasi halal banyak prosedur yang harus dipatuhi dan banyak dokumen yang harus dipersiapkan.<sup>11</sup> Disinilah pentingnya keberadaan perbankan syariah dalam memberikan pendampingan dan

<sup>10</sup> Rahmayati, 'Strategi Perbankan Syariah Sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry di Indonesia', *At-Tawassuth*, vol. III, no. 2 (2018), pp. 313–334.

<sup>11</sup> Faqiatul Mariya Waharini and Anissa Hakim Purwantini, 'Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia', *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, vol. 9, no. 1 (2018), pp. 1–13.

pemberdayaan terhadap pengusaha UMKM dalam hal sertifikasi halal, bahkan jika perlu perbankan syariah perlu memberikan pembiayaan kepada pengusaha UMKM untuk pendanaan pengurusan sertifikasi halal.

Peran bank syariah berikutnya (2) adalah pada pengawasan yang dilakukan bank syariah dalam pemasokan produk halal melalui sistem logistik yang memisahkan produk halal dan non-halal, ruang penyimpanan yang terjamin kehalalannya dengan kriteria higienis dan terpisah dari produk yang non-halal. Peran bank syariah disini adalah memberikan edukasi kepada perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman produk halal tentang mekanisme mempertahankan kehalalan produk dari penerimaan barang dari produsen sampai dengan pengiriman barang kepada konsumen.<sup>12</sup>

Peran terakhir (3) dari bank syariah dalam menumbuhkan industri halal ini adalah pada mempromosikan UMKM bersertifikasi halal kepada masyarakat. Jika UMKM tersebut adalah UMKM yang termasuk kepada program pemberdayaan bank syariah, maka menjadi semakin penting peran bank syariah dalam mempromosikan UMKM bersertifikasi halal tersebut kepada masyarakat sebagai konsumen. Tentunya bank syariah bisa memanfaatkan dana sosial yang ada di bank syariah untuk melakukan promosi ini kepada masyarakat.<sup>13</sup>

*Masterplan* ekonomi syariah Indonesia tahun 2019 – 2024 memuat beberapa beberapa klaster industri halal yang dibutuhkan oleh masyarakat muslim:

---

<sup>12</sup> Rahmayati, 'Strategi Perbankan Syariah Sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry di Indonesia'.

<sup>13</sup> Waharini and Purwantini, 'Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia'.

1. Klaster makanan dan minuman halal.
2. Klaster wisata halal.
3. Klaster *muslim fashion*.
4. Klaster media dan rekreasi halal.
5. Klaster farmasi dan kosmetik halal.
6. Klaster energi terbarukan.<sup>14</sup>

Penelitian Setiawan Budi Utomo yang respondennya adalah utilitarian yang lebih mementingkan manfaat dari suatu produk menemukan faktor yang mempengaruhi pemilik usaha untuk menggunakan produk keuangan syariah adalah literasi keuangan syariah, sikap dan kesadaran, sedangkan religiusitas menurut penelitian ini tidak berdampak signifikan terhadap niat pemilik usaha untuk menggunakan produk keuangan syariah. Sementara itu, pemilik usaha yang lebih memilih perbankan konvensional daripada perbankan syariah karena faktor mahal nya harga, kurangnya perkembangan teknologi, layanan yang kurang nyaman dan kehalalan produk.<sup>15</sup>

Pengembangan industri halal membutuhkan integrasi dengan sektor lain dan di antara sektor yang paling berhubungan erat dengan industri halal ini adalah keuangan syariah khususnya perbankan syariah, adanya integrasi ini akan

---

<sup>14</sup> Cucu Susilawati, 'Role of The Halal Industry in Recovering the National Economy in Covid-19 Pandemic', *International Journal of Nusantara Islam*, vol. 8, no. 2 (2020), pp. 202–14.

<sup>15</sup> Setiawan Budi Utomo et al., 'Promoting Islamic financial ecosystem to improve halal industry performance in Indonesia: a demand and supply analysis', *Journal of Islamic Marketing*, vol. ahead-of-p, no. ahead-of-print (2020).

meningkatkan *halal compliance*.<sup>16</sup> Peranan perbankan syariah penting untuk pengembangan industri halal dalam halal penyaluran pembiayaan untuk memperkuat modal pelaku bisnis industri halal, regulasi yang mendukung perkembangan industri halal dengan terintegrasi dengan keuangan syariah juga salahsatu faktor yang perlu dipertimbangkan dan faktor lain yang juga tidak kalah penting dalam integrasi industri halal dan keuangan syariah ini adalah dukungan teknologi. Selain perbankan syariah, layanan *crowdfunding* juga tidak bisa dipandang sebelahmata dalam mendukung perkembangan industri halal, para pelaku usaha mikro dalam bisnis industri halal bisa menjadikan layanan *crowdfunding* sebagai alternatif untuk mengajukan pembiayaan selain ke perbankan syariah.<sup>17</sup>

Sinergitas berbagai pihak dengan model penta helix untuk pengembangan industri halal dengan integrasinya pada perbankan syariah penting dilakukan,<sup>18</sup> kerjasama para pelaku industri halal dengan pemerintah, akademisi, tokoh agama, tokoh masyarakat juga tidak bisa dilupakan. Tokoh agama dan tokoh masyarakat punya peran para pengembangan industri

<sup>16</sup> Moh. Hafiz Asmani, Mohd Ali Mohd Noor, and Hairunnizam Wahid, 'Persetujuan pengguna terhadap integrasi industri halal dan kewangan Islam: Apakah faktor penentunya?', *International Journal of Management Studies*, vol. 26, no. 2 (2019), pp. 125–55.

<sup>17</sup> Zaki Abdullah and Akhmad Akbar Susanto, 'The Role of Investment-Based Islamic Crowdfunding for Halal MSMEs: Evidence from Indonesia', *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, vol. 11, no. 2 (2019), pp. 289–302.

<sup>18</sup> Ade Irma and Fitri Yani, 'The Development Of Islamic Economics Based On Halal Tourism In Indonesia', *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, vol. 1 (Medan, 2019), <http://journal.umsu.ac.id/index.php/insis/article/view/4278>.

halal agar sesuai dengan syariat dan tidak bertentangan dengan adat-istiadat yang berkembang di masyarakat.<sup>19</sup>

### **C. Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah**

Indikator kehalalan suatu produk tidak hanya pada berkaitan dengan bahan baku, tapi juga berkaitan dengan proses produksi suatu produk dan proses distribusi dari produsen ke konsumen. Proses yang diistilahkan dari hulu ke hilir ini mutlak dilakukan secara transparan dan dengan prinsip amanah agar sesuai dengan tuntunan al-Qur'an dan hadis.

Di Indonesia, belum banyak masyarakat yang perhatian dengan proses halal suatu produk karena dengan banyaknya warga muslim, masyarakat sudah yakin jika barang yang dijual sudah pasti halal. Dalam hal makanan halal misalnya, pembeli sudah yakin bahwa makanan yang dibeli di rumah makan sudah pasti halal karena yang memasak adalah orang muslim.<sup>20</sup>

Penelitian Haq Muhammad Hamka Habibie dan Duddy Roesmara Donna juga menyatakan bahwa sertifikasi halal dan promosi bukan merupakan pertimbangan utama terhadap keinginan membeli *halal food*. Tapi yang menjadi pertimbangan utama adalah kesadaran halal, komposisi dari suatu produk,

---

<sup>19</sup> Muhammad Ghafur Wibowo and Akhmad Yusuf Khoiruddin, 'Model of Halal Tourism Management in Bukittinggi City, West Sumatra Province, Indonesia', *International Journal of Publication and Social Studies*, vol. 5, no. 2 (2020), pp. 115–30.

<sup>20</sup> Sapta Nirwandar, 'Halal Gelatin and its Business Opportunity in Indonesia', *International Journal of Halal Research*, vol. 2, no. 1 (2020), pp. 50–7.

*branding* Islami dari suatu produk dan mutu produk yang diperdagangkan.<sup>21</sup>

Munculnya wisata halal menimbulkan gairah bagi wilayah pedesaan untuk berkembang dan tumbuh mengikuti tren wisata halal, karena ada beberapa desa yang dijadikan sebagai destinasi wisata halal. Beberapa wisatawan mancanegara tertarik dengan konsep desa wisata halal ini. Sehingga dengan tren desa wisata halal ini, berdiri hotel syariah dan UMKM di wilayah pedesaan juga berkembang, tentu juga infrastruktur perekonomian di pedesaan juga berkembang. Disinilah peluang bagi bank syariah untuk berintegrasi dengan industri halal melalui pembiayaan kepada pelaku wisata halal di pedesaan dan UMKM di pedesaan yang menjadi penopang bagi tumbuh kembangnya desa wisata halal.

Melalui desa wisata halal ini, bank syariah bisa terlibat pada pembiayaan yang bersumber dari internal bank syariah maupun dari eksternal bank syariah. Pembiayaan yang bersumber dari internal bank syariah bisa disalurkan kepada pelaku desa wisata halal melalui akad *mudharabah*, *musyarakah*, *wadi'ah* dan *qardh hasan*. Sedangkan melalui mekanisme dari eksternal bank syariah melalui sumber dana dari zakat, infaq dan sedekah serta wakaf.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Hamka Muhammad Haq Habibie and Duddy Roesmara Donna, 'Factors That Influence The Intention to Purchase Halal Food Products (Case Study of Universitas Gadjah Mada Students)', *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 5, no. 1 (2020), pp. 83–95.

<sup>22</sup> Heni Noviarita, Fedi Ameraldo, and Saiful Husaini, 'Islamic Banking Strategies In Rural Area: Developing Halal Tourism and Enhancing The Local Welfare', *Ikonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 4, no. 1 (2019), pp. 109–36.

Untuk mendukung perkembangan industri wisata halal ini hendaknya bank syariah melahirkan produk khusus yang mendukung para pelaku industri wisata halal dan UMKM yang menopang pertumbuhan wisata halal, penelitian Raden Bagus Faizal Irany Sidharta menemukan hal ini dari hasil wawancara kepada para pelaku wisata halal. Sebagai intermediasi keuangan berbasis syariah, bank syariah perlu memikirkan dan membuat inovasi suatu produk pembiayaan khusus untuk mendukung wisata halal.<sup>23</sup>

Untuk lebih detail mengenai analisis SWOT pada integrasi industri halal dan perbankan syariah di Indonesia dapat dijabarkan berikut ini:

1. *Strength*

- a. Negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia.
- b. Mempunyai lebih dari 5.000 lembaga keuangan mikro syariah dalam bentuk *Baitul Mal wat-Tamwil*.
- c. Mempunyai Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang pangsa pasarnya masyarakat di pedesaan.<sup>24</sup>
- d. Dukungan pemerintah provinsi dalam memberikan subsidi dana bagi para pelaku usaha industri halal dalam mengurus sertifikat halal.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Raden Bagus Faizal Irany Sidharta, 'Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal', *Jurnal Distribusi - Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, vol. 5, no. 3 (2017), pp. 1-14.

<sup>24</sup> Sutan Emir Hidayat, 'Tantangan dan Prospek Produk dan Jasa Keuangan Syariah dan Industri Halal di Indonesia', *Webinar Komisi Ekonomi PPI Dunia* (2019), <https://www.youtube.com/watch?v=frYEzdGd8Fw>, accessed 10 Oct 2020.

<sup>25</sup> BPJPH Kanwil Kemenag Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, *Wawancara* (Pangkalpinang, 2020).

- e. Banyaknya sumber daya alam sebagai bahan baku makanan dan minuman halal.
- f. Terlibatnya generasi muda dalam mengembangkan perekonomian melalui kemunculan *start-ups*.
- g. Terdapat standar nasional bagi para produsen dalam memproduksi produk yang akan diperdagangkan.<sup>26</sup>

## 2. Weakness

- a. Tumpang tindihnya struktur pasar lembaga keuangan syariah antara Bank Umum Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan *Baitul Mal wat-Tamwil*.
- b. Regulasi khusus di bidang industri halal belum memadai.
- c. Masih rendahnya sinergitas dan integrasi antara industri halal dengan perbankan syariah.
- d. Masih rendahnya kemampuan produksi produk halal nasional, padahal permintaan masyarakat tinggi.
- e. Masih lemahnya sistem manajemen risiko industri halal.<sup>27</sup>
- f. Kualitas sumber daya manusia untuk mengelola industri halal masih lemah.

---

<sup>26</sup> Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, Cetakan Pe edition, ed. by Deputi Bidang Ekonomi (Jakarta, 2018), pp. 60.

<sup>27</sup> Hidayat, 'Tantangan dan Prospek Produk dan Jasa Keuangan Syariah dan Industri Halal di Indonesia'.

- g. Masih kurangnya infrastruktur untuk mendukung pengembangan industri halal.<sup>28</sup>
- h. Kurangnya dukungan dana untuk operasional Badan Penyelenggaran Jaminaan Produk Halal (BPJPH) di provinsi dan kabupaten serta kotamadya.

### 3. *Opportunity*

- a. Perhatian terhadap sertifikasi halal tidak hanya oleh pelaku usaha muslim, tapi juga oleh pelaku usaha industri halal yang non-muslim.
- b. Harmonisnya interaksi dalam kehidupan bermasyarakat antara muslim dan non-muslim.
- c. Perkembangan industri halal dunia yang terus menunjukkan perkembangan positif.<sup>29</sup>
- d. *Market demand* yang tinggi karena meningkatnya populasi muslim di dunia dan Indonesia.
- e. Tingginya target pasar di Indonesia.
- f. Pesatnya pertumbuhan *fintech* dan teknologi informasi.
- g. Banyaknya jenis usaha industri halal memberikan banyak peluang bagi bank syariah untuk membuat produk pembiayaan.

---

<sup>28</sup> Betania Kartika, 'Tantangan dan Prospek Produk dan Jasa Keuangan Syariah dan Industri Halal di Indonesia', *Webinar Komisi Ekonomi PPI Dunia* (2019), <https://www.youtube.com/watch?v=frYEzdGd8Fw>, accessed 11 Oct 2020.

<sup>29</sup> Nardi Pratomo, *Wawancara* (Pangkalpinang: LPPOM MUI Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, 2020).

- h. Dukungan regulasi melalui Undang-undang No. 33 tahun 2014 untuk industri makanan dan minuman halal.
- i. Terdapat peluang kerjasama dengan media untuk pemasaran industri makanan dan minuman halal.<sup>30</sup>

#### 4. Threat

- a. Tingkat literasi dan *halal awareness* masyarakat masih kurang.
- b. Mempunyai banyak regulasi di bidang keuangan syariah, namun diterbitkan oleh regulator yang berbeda-beda.
- c. Industri halal Indonesia masih didominasi oleh produk yang diimpor dari luar negeri.
- d. Standar halal yang berlaku di Indonesia belum diperhitungkan secara global.<sup>31</sup>
- e. Masih rendahnya minat para pelaku usaha industri halal untuk mengurus sertifikasi halal.
- f. Adanya anggapan pengurusan sertifikasi halal membutuhkan proses yang tidak mudah dan biaya yang tidak murah.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Nasional, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, pp. 58.

<sup>31</sup> Hidayat, 'Tantangan dan Prospek Produk dan Jasa Keuangan Syariah dan Industri Halal di Indonesia'.

<sup>32</sup> Kartika, 'Tantangan dan Prospek Produk dan Jasa Keuangan Syariah dan Industri Halal di Indonesia'.

- g. Efek wabah pandemi COVID-19 membuat bank syariah lebih berhati-hati dalam menyalurkan pembiayaan.<sup>33</sup>
- h. Belum ada sinkronisasi antara regulasi yang ada dengan kondisi di lapangan sehingga menyulitkan implementasi regulasi di lapangan.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Muhammad Soleh, *Wawancara* (Pangkalpinang: Bank Pembiayaan Rakyat Syariah KPO Bangka Belitung, 2020).

<sup>34</sup> Pratomo, 'Wawancara'.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Integrasi industri halal dan perbankan syariah dalam mewujudkan ekosistem ekonomi halal tampak pada peran bank syariah dalam hal ini menjadi tiga macam, yaitu dari sisi kontrol halal, penyediaan produk-produk halal di masyarakat dan pada validasi halal. Jika dirinci lagi integrasi tersebut akan tampak melalui (a) *empowerment* yang dilakukan bank syariah pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang fokus pada industri halal, (b) pengawasan yang dilakukan bank syariah dalam pemasokan produk halal melalui sistem logistik yang memisahkan produk halal dan non-halal, (c) peran bank syariah mempromosikan UMKM bersertifikasi halal kepada masyarakat.
2. Analisis *Strength, Weakness, Opportunity*, dan *Threat* (SWOT) integrasi industri halal dan perbankan syariah. Dari sisi *Strength* tidak bisa dipungkiri lagi keunggulan utama Indonesia ada pada penduduknya

yang mayoritas muslim dan banyaknya lembaga keuangan mikro syariah, untuk *Weakness* ada pada masih rendahnya sinergitas antara industri halal dan perbankan syariah dalam hal mewujudkan ekosistem ekonomi halal dan masih rendahnya kemampuan produksi industri halal nasional. Untuk *Opportunity* adanya peningkatan *market demand* secara internasional dan nasional turut memberi peluang bagi integrasi industri halal dan perbankan syariah, sedangkan dari sisi *Threat* ada pada ancaman pandemi COVID-19 yang membuat sektor pariwisata salah satu sektor yang terdampak parah dari efek pandemi ini.

## B. Saran

1. Penelitian ini adalah penelitian terapan kajian strategis nasional, oleh karena itu hasil dari penelitian ini bisa direkomendasikan untuk diterapkan secara nasional dalam hal **peran bank syariah untuk mendukung industri halal melalui kontrol halal**, penyediaan produk-produk halal di masyarakat dan pada validasi halal.
2. Penelitian ini bisa diteruskan dengan ruang lingkup provinsi yang lebih banyak dan dikuantitatifkan agar hasil pengujian lebih terukur dan hasil penelitiannya bisa digeneralisir untuk diterapkan secara nasional .
3. Efek pandemi COVID-19 membuat pengumpulan data penelitian ini tidak bisa dilakukan secara primer dengan bertemu langsung narasumber penelitian dalam skala nasional, sehingga pengumpulan data

penelitian ini dilakukan secara dokumentasi dengan mengikuti webinar-webinar dan memanfaatkan media internet. Pengumpulan data penelitian secara primer hanya dilakukan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Harapan kami semoga penelitian ini bisa dilanjutkan di tahun-tahun berikutnya untuk lebih komprehensifnya data penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Zaki and Akhmad Akbar Susamto, 'The Role of Investment-Based Islamic Crowdfunding for Halal MSMEs: Evidence from Indonesia', *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, vol. 11, no. 2, 2019, pp. 289–302 [<https://doi.org/10.15408/aiq.v11i2.13623>].
- A. Donovan, Mcfarlane, 'International Developing A Country Swot Analysis : Evaluating Entrepreneurial Opportunities In Jamaica', *Business Journal for Entrepreneurs*, vol. 2010, no. 2 (2010), pp. 61–70.
- Ainin, Sulaiman et al., 'Sentiment analyses of multilingual tweets on halal tourism', *Tourism Management Perspectives*, vol. 34, Elsevier, 2020, pp. 1–8 [<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100658>].
- Al-Qaradhawi, Yusuf, *The Lawful and Prohibited in Islam*, Wisdom International School for Higher Education Studies (WISHES), <http://www.wisdom.edu.ph>.
- Al-Qardhawi, Yusuf, *Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam*, 15th edition, Kairo: Al-Maktab al-Islami, 1994.

- , *Halal Haram Dalam Islam*, Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2004.
- Alam, Syed Shah and Nazura Sayuti, 'Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing', *International Journal of Commerce and Management*, vol. 21, no. 1, 2011, pp. 8–20 [<https://doi.org/10.1108/10569211111111676>].
- Ali, Masyhud, *Manajemen Risiko: Strategi Perbankan dan Dunia Usaha Menghadapi Tantangan Globalisasi Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Antara, Purnomo M., Rosidah Musa, and Faridah Hassan, 'Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem', *Procedia Economics and Finance*, vol. 37, no. 16, Elsevier B.V., 2016, pp. 196–202 [[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30113-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30113-7)].
- Asmani, Moh. Hafiz, Mohd Ali Mohd Noor, and Hairunnizam Wahid, 'Persetujuan pengguna terhadap integrasi industri halal dan kewangan Islam: Apakah faktor penentunya?', *International Journal of Management Studies*, vol. 26, no. 2, 2019, pp. 125–55.
- Aurelia, Mentari, Nandi Kosmaryandi, and Siti Amanah, 'Potensi Ekowisata Berbasis Masyarakat Kampung Urug, Sukajaya, Bogor', *Media Konservasi*, vol. 25, no. 1, 2020, pp. 1–9 [<https://doi.org/10.29244/medkon.25.1.1-9>].
- Baharuddin, Kasmarini et al., 'Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, vol. 5, no. 2, 2015, pp. 170–80 [<https://doi.org/10.6007/IJARBS/v5-i2/1476>].

- BBank DKI, *Sekilas Bank DKI*, <https://www.bankdki.co.id/id/corporate-website/sekilas-bank-dki>, accessed 10 Aug 2020.
- Bank DKI Syariah, *Laporan Pelaksanaan Good Corporate Governance Unit Usaha Syariah PT. Bank DKI Periode Tahun 2016*, 2016.
- Bank Jabar Banten Syariah, *Laporan Tahunan 2019: Meningkatkan Kinerja Berkelanjutan Tanpa Mengurangi Keuntungan untuk Mempercepat Bisnis ke Depan*, 2019 [<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>].
- , *Profil Bank Jabar Banten Syariah*, 2020, <http://bjbsyariah.co.id/profil>, accessed 1 Aug 2020.
- Bank, Syariah, *Profil dan Produk Bank Mandiri Syariah*, 2015, <https://www.syariahbank.com/profil-dan-produk-bank-mandiri-syariah/>, accessed 30 Aug 2020.
- Biancone, Paolo Pietro et al., 'Halal tourism: An opportunity for the global tourism industry', *Tourism Analysis*, vol. 24, no. 3, 2019, pp. 395–404 [<https://doi.org/10.3727/108354219X15511865533112>].
- Bohm, Anja, *The SWOT Analysis*, Germany, 2008, [https://books.google.co.id/books?id=1cGnPy9H7XUC&pg=PA2&dq=swot&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwibz\\_Ll9YbkAhXSmeYKHR9KCPIQ6AEIRTAE#v=onepage&q=swot&f=false](https://books.google.co.id/books?id=1cGnPy9H7XUC&pg=PA2&dq=swot&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwibz_Ll9YbkAhXSmeYKHR9KCPIQ6AEIRTAE#v=onepage&q=swot&f=false).
- Boğan, Erhan and Mehmet Sarıışık, 'Halal tourism: conceptual and practical challenges', *Journal of Islamic Marketing*, vol. 10, no. 1, 2019, pp. 87–96, <http://e-resources.perpusnas.go.id:2137/eds/detail/detail?vid=0&sid=40f65adc-e0cd-42f2-878f-a3617380403c%40sdc-v-sessmgr02&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3D#AN=134855766&db=edb>.

- BPJPH Kanwil Kemenag Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, *Wawancara*, Pangkalpinang, 2020.
- Bull, J.W. et al., 'Strengths , Weaknesses , Opportunities and Threats : A SWOT Analysis of The Ecosystem Services Framework', *Ecosystem Services*, vol. 17, Elsevier, 2016, pp. 99–111 [<https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2015.11.012>].
- Daft, Richard L., *Era Baru Manajemen*, 9th edition, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Dar, Humayon et al., 'The Global Halal Industry : An Overview', *Global Islamic Finance Report 2013*, 2013, [http://www.gifr.net/gifr\\_2013.htm](http://www.gifr.net/gifr_2013.htm).
- Deputy of Economy Indonesian Ministry of National Development Planning, *Indonesia Islamic Economic masterplan 2019 - 2024*, Jakarta, 2019.
- Difa, Yashinta, *Asbisindo: Sertifikasi Halal Gunakan Bank Syariah*, 2016, <https://keuangan.kontan.co.id/news/asbisindo-sertifikasi-halal-gunakan-bank-syariah>.
- Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI, *Agenda Riset Keagamaan Nasional (ARKAN) 2018-2028*, 2018.
- El-Gohary, Hatem, 'Halal tourism, is it really Halal?', *Tourism Management Perspectives*, vol. 19, 2016, pp. 124–30 [<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>].
- Estrada, Tomás et al., 'Entrepreneurship in Costa Rica: A SWOT Analysis from an Entrepreneurial Ecosystem Perspective', *Business Journal for Entrepreneurs*, vol. 2015, no. 2, 2015, pp. 131–45.
- Fadzlillah, Nurrulhidayah A. et al., 'Halal Food Issues from Islamic and Modern Science Perspectives', *2nd*

- International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences*, vol. 17, 2011, pp. 159–63.
- Ghafur Wibowo, Muhammad and Akhmad Yusuf Khoiruddin, 'Model of Halal Tourism Management in Bukittinggi City, West Sumatra Province, Indonesia', *International Journal of Publication and Social Studies*, vol. 5, no. 2, 2020, pp. 115–30 [<https://doi.org/10.18488/journal.135.2020.52.115.130>].
- GÜREL, Emet and Merba TAT, 'SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW', *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research*, vol. 10, no. 51, 2017, pp. 994–1006.
- Gurel, Emet and Merba TAT, 'SWOT Analysis: A Theoretical Review', *The Journal of International Social Research*, vol. 10, no. 51, 2017, pp. 994–1006.
- Habibie, Hamka Muhammad Haq and Duddy Roesmara Donna, 'Factors That Influence The Intention to Purchase Halal Food Products (Case Study of Universitas Gadjah Mada Students)', *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, 2020, pp. 83–95.
- Hasanah, Ulfatun, 'Identifikasi Produk Atraksi dan Segmentasi Pasar Pariwisata Halal (Studi di Cluster Kuta , Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat)', *Jurnal Tata Sejuta*, vol. 5, no. 1, 2019, pp. 1–14.
- Hazzan, Orit et al., *Application of Management Theories for STEM Education : The Case of SWOT Analysis*, Springer, 2018.
- Hidayat, Sutan Emir, 'Tantangan dan Prospek Produk dan Jasa Keuangan Syariah dan Industri Halal di Indonesia', *Webinar Komisi Ekonomi PPI Dunia*, 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=frYEzdGd8Fw>, accessed 10 Oct 2020.

- Hong, Wan-Chung, Wei-Li Wu, and Kung-Jeng Wang, 'Airport-City Development Trend and Strategy Formulation Using Integrated Analysis — The Case of Taiwan', *Journal of Airport Management*, vol. 6, no. 3, 2012, pp. 274–95.
- Hu, Yue, 'A Study on the Long-term Mechanism of Marine Economic Development from SWOT Perspective', *Journal of Coastal Research*, vol. 107, no. sp1, 2020, pp. 249–52 [<https://doi.org/10.2112/jcr-si107-063.1>].
- Ibeng, *Tidak Terlilit Kasus Korupsi, BJB Syariah & BPJPH Kerja Sama Pelayanan Jaminan Halal*, <http://www.ekpos.com/tidak-terlilit-kasus-korupsi-bjb-syariah-pelayanan-jaminan-halal>.
- Irma, Ade and Fitri Yani, 'The Development Of Islamic Economics Based On Halal Tourism In Indonesia', *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, vol. 1, Medan, 2019, <http://journal.umsu.ac.id/index.php/insis/article/view/4278>.
- IS, Irfan, M. Daud Awang, and Suhaimi Ab. Rahman, 'The Concept of Halal Economy: an Initiative to Integrate The Halal Products Industry and Islamic Banking and Finance', *The 5th Islamic Economy System Conference 2013*, Kuala Lumpur, 2013, <http://ir.unikl.edu.my/jspui/handle/123456789/5239>.
- Jaelani, Aan, 'Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects', *International Review of Management and Marketing*, vol. 7, no. 3, 2017, pp. 25–34 [<https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>].
- Jaffar, Mariatul Aida and Rosidah Musa, 'Determinants of Attitude towards Islamic Financing among Halal-Certified Micro and SMEs : A Preliminary Investigation',

- Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 130, Elsevier B.V., 2014, pp. 135–44 [<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.017>].
- Jiaming, Wang, Ding Hao, and Li Xiaoyu, 'Research on Development Strategy of DYLS Bank Based on DELPHI-SWOT Hybrid Analysis Model', *4th International Conference on Financial Innovation and Economic Development (ICFIED 2019)*, vol. 76, Atlantis Press, 2019.
- Kartika, Betania, 'Tantangan dan Prospek Produk dan Jasa Keuangan Syariah dan Industri Halal di Indonesia', *Webinar Komisi Ekonomi PPI Dunia*, 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=frYEzdGd8Fw>, accessed 11 Oct 2020.
- Kassim, Abdul Malik, *The Global Market Potential of Halal*, Lahore: International Conference and Expo on Halal Industry, 2010.
- Lada, Suddin, Geoffrey Harvey Tanakinjal, and Hanudin Amin, 'Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action', *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, vol. 2, no. 1, 2009, pp. 66–76 [<https://doi.org/10.1108/17538390910946276>].
- Lubis, M. Syahran W., *4 Bank Syariah Dilibatkan dalam Layanan Jaminan Produk Halal*, 2019, <https://finansial.bisnis.com/read/20190710/90/1122713/4-bank-syariah-dilibatkan-dalam-layanan-jaminan-produk-halal>.
- Mahmud, Amir, 'Kajian Hadis tentang Halal, Haram, dan Syubhat', *Jurnal Adabiyah*, vol. 17, no. 2, 2017, pp. 124–42.
- Mahsun, Mahsun and Mohamad Jumail, 'Branding "Halal Tourism" Antara Hedonisme Dan Utilitarianisme

- Pariwisata Lombok', *Media Bina Ilmiah*, vol. 13, no. 7, 2019, pp. 1369–78 [<https://doi.org/10.33758/MBI.V13I7.213>].
- Manzilati, A., *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan Aplikasi*, Malang: UB Press, 2017.
- Mcfarlane, Donovan A., 'International Developing A Country Swot Analysis : Evaluating Entrepreneurial Opportunities In Jamaica', *Business Journal for Entrepreneurs*, vol. 2010, no. 2, 2010, pp. 61–70.
- Melkić, Sara and Nevenka Čavlek, 'The impact of blockchain technology on tourism intermediation', *Tourism*, vol. 68, no. 2, 2020, pp. 130–43 [<https://doi.org/10.37741/t.68.2.2>].
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Revisi edition, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Muhamed, Nurul Aini et al., 'Integrating Islamic Financing and Halal Industry : A Survey on Current Practices of the Selected Malaysian Authority Bodies', *Asian Social Science*, vol. 10, no. 17, 2014, pp. 120–6 [<https://doi.org/10.5539/ass.v10n17p120>].
- Nasional, Kementerian Perencanaan Pembangunan, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, Cetakan Pe edition, ed. by Deputy Bidang Ekonomi, Jakarta, 2018.
- Nasrullah, Aan, 'Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia', *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, vol. 6, no. 1, 2018, pp. 50–78.
- Nirwandar, Sapta, 'Halal Gelatin and its Business Opportunity in Indonesia', *International Journal of Halal Research*, vol. 2, no. 1, 2020, pp. 50–7.

- Nisak, Zuhrotun, 'Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif', *Ekbis*, vol. 9, no. 2, 2013, <http://journal.unisla.ac.id/index.php?p=journal&id=122>.
- Nisha, Nabila and Mehree Iqbal, 'Halal Ecosystem : Prospect for Growth in Bangladesh', *International Journal of Business and Society*, vol. 18, no. S1, 2017, pp. 205–22.
- Novi, Mochamad, 'Integrasi Pariwisata Halal di Kota Malang', *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 4, no. 2, 2019, pp. 194–201.
- Noviarita, Heni, Fedi Ameraldo, and Saiful Husaini, 'Islamic Banking Strategies In Rural Area: Developing Halal Tourism and Enhancing The Local Welfare', *Ikonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 4, no. 1, 2019, pp. 109–36 [<https://doi.org/10.24042/febi.v4i1.4211>].
- Nurrachmi, Rininta, 'The Global Development of Halal Food Industry : A Survey', *TIFBR: Tazkia Islamic Finance and Business Review*, vol. 11, no. 1, 2017, pp. 39–56.
- Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah*, Jakarta, 2019.
- Phadermrod, Boonyarat, Richard M. Crowder, and Gary B. Wills, 'Importance-Performance Analysis based SWOT Analysis', *International Journal of Information Management*, vol. 44, 2019, pp. 194–203 [<https://doi.org/doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>].
- Pratomo, Nardi, *Wawancara*, Pangkalpinang: LPPOM MUI Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, 2020.
- Primadhyta, Safyra, 'Industri Halal Jadi Pelumas Perluasan Pasar Bank Syariah', *CNN Indonesia*, 2017, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171109114632-78-254536/industri-halal-jadi-pelumas-perluasan-pasar-bank-syariah>.

- Rahim, Norafni Farlina, 'Bridging Halal Industry and Islamic Finance: Conceptual Review on The Internal Governance', *Social Science Postgraduate International Seminar (SSPIS 2017)*, Penang: Sains USM Penang, 2017, [eprints.usm.my/41171/1/ART\\_100.pdf](http://eprints.usm.my/41171/1/ART_100.pdf).
- Rahim, Nazahah Abd. and Sutina Junos, 'The Halal Product Acceptance Model for The Religious Society', *Business Management Quarterly Review*, vol. 3, no. 1, 2012, pp. 17–25.
- Rahmayati, 'Strategi Perbankan Syariah Sebagai Solusi Pengembangan Halal Industry di Indonesia', *At-Tawassuth*, vol. III, no. 2, 2018, pp. 313–34.
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 14th edition, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- , *Personal SWOT Analysis: Peluang di Balik setiap Kesulitan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Reuters, Thomson and Dinar Standard, *Outpacing The Mainstream State of the Global Islamic Economy Report 2017/2018*, 2017, p. 10.
- , *An Inclusive Ethical Economy State State of the Global Islamic Economy Report 2018/19*, 2018, pp. 10–1.
- Sa'adah Muhamad, Nur et al., 'Halal Tourism: Literature Synthesis and Direction for Future Research', *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, vol. 27, no. 1, 2019, pp. 729–45.
- Safira, Raja Ela, Winda Sholikhah, and Dhidhin Noer Ady Rahmanto Rahmanto, 'Promosi Daerah Dan E-Marketing Pariwisata Halal Terhadap Keputusan

- Berkunjung Wisatawan Di Yogyakarta', *Islamiconomic*, vol. 10, no. 1, 2019, pp. 59–78.
- Saleh, Rahmat and Nur Anisah, 'Pariwisata Halal Di Aceh: Gagasan Dan Realitas Di Lapangan', *Sahafa Journal of Islamic Communication*, vol. 1, no. 2, 2019, pp. 79–92 [<https://doi.org/10.21111/sjic.v1i2.2849>].
- Sidharta, Raden Bagus Faizal Irany, 'Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Mendukung Wisata Halal', *Jurnal Distribusi - Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, vol. 5, no. 2, 2017, pp. 1–14 [<https://doi.org/10.29303/jdm.v5i2.29>].
- Soleh, Muhammad, *Wawancara*, Pangkalpinang: Bank Pembiayaan Rakyat Syariah KPO Bangka Belitung, 2020.
- Standard, Dinar and et.al, 'State of the Global Islamic Economy Report 2019/20', *Dubai International Financial Centre*, 2019.
- Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, ed. by Sutopo, Bandung: CV. Alfabeta, 2016.
- Susilawati, Cucu, 'Role of The Halal Industry in Recovering the National Economy in Covid-19 Pandemic', *International Journal of Nusantara Islam*, vol. 8, no. 2, 2020, pp. 202–14 [<https://doi.org/10.15575/ijni.v8i2.10807>].
- Susilo, April Kukuh et al., 'Navy Ability Development Strategy using SWOT Analysis-Interpretative Structural Modeling (ISM)', *Strategic Management*, vol. 24, no. 1, 2019, pp. 30–40 [<https://doi.org/10.5937/StraMan1901030S>].
- Swastiratu, C., L.M. Baga, and I.T. Saptono, 'Banking and Financial Technology (Fintech) Islamic Integration With Collaborative Models', *Russian Journal of Agricultural and*

- Socio-Economic Sciences*, vol. 91, no. 7, 2019, pp. 102–11 [https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-07.11].
- Syariah Bank, *Profil dan Produk Bank Mandiri Syariah* (2015), https://www.syariahbank.com/profil-dan-produk-bank-mandiri-syariah/, accessed 30 Aug 2020.
- Syariah, Mandiri, *Sejarah*, 2017, https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/sejarah, accessed 30 Aug 2020.
- , *Profil Perusahaan*, 2017, https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan, accessed 1 Sep 2020.
- Toure, Abdoul Karim, 'The Concept of Halal and Haram from Quran and Sunnah Perception', *Kajian Syariah dan Undang-undang*, pp. 141–56.
- Tungal, Zainab et al., 'Impact of Islamic Financing Sources on Halal Products: in a Case of Livestock Industry in Malaysia', *International Conference on Applied Economics and Policy*, 2017.
- Utomo, Setiawan Budi et al., 'Promoting Islamic financial ecosystem to improve halal industry performance in Indonesia: a demand and supply analysis', *Journal of Islamic Marketing*, vol. ahead-of-p, no. ahead-of-print, 2020 [https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0259].
- Waharini, Faqiatul Mariya and Anissa Hakim Purwantini, 'Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia', *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, vol. 9, no. 1, 2018, pp. 1–13 [https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13].
- Wahyudi, Imam dkk., *Manajemen Risiko Bank Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Wardi, Yunia, Abror Abror, and Okki Trinanda, 'Halal tourism: antecedent of tourist's satisfaction and word of mouth

(WOM)', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol. 23, no. 5, 2018, pp. 463–72 [<https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1466816>].

Zakiullah et al., *Applying Islamic Principles of Halal and Haram to the field of Pharmaceutical Sciences*, Putaj, 2011, [https://www.researchgate.net/publication/236015894\\_Applying\\_Islamic\\_Principles\\_of\\_Halal\\_and\\_Haram\\_to\\_the\\_field\\_of\\_Pharmaceutical\\_Sciences](https://www.researchgate.net/publication/236015894_Applying_Islamic_Principles_of_Halal_and_Haram_to_the_field_of_Pharmaceutical_Sciences).

# Buku Analisis SWOT Hendra Cipta dan Hatamar

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[repo.iainsasbabel.ac.id](http://repo.iainsasbabel.ac.id)

Internet Source

10%

2

[litapdimas.kemenag.go.id](http://litapdimas.kemenag.go.id)

Internet Source

2%

3

Submitted to IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik  
Bangka Belitung

Student Paper

2%

4

[ecampus.pelitabangsa.ac.id](http://ecampus.pelitabangsa.ac.id)

Internet Source

2%

5

[repository.iainpurwokerto.ac.id](http://repository.iainpurwokerto.ac.id)

Internet Source

1%

6

[core.ac.uk](http://core.ac.uk)

Internet Source

1%

7

[jurnal.lp2msasbabel.ac.id](http://jurnal.lp2msasbabel.ac.id)

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

