

Representasi KIHC dalam Media: Tinjauan Kritis Atas Kapitalisme Syariah dan Komodifikasi Religiusitas

Shintia Tasya Nurrahma ^{*1}
Mirza Aisyah ²
Gita Ramadhani ³
Syirin Najla Ramadhani ⁴
Ikhsan Ahmad ⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

*e-mail: 6662250149@students.untirta.ac.id¹, 6662250138@students.untirta.ac.id²,
6662250129@students.untirta.ac.id³, 6662250137@students.untirta.ac.id⁴, ikhsan.untirta.ac.id⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi wacana mengenai kapitalisme syariah, politik halal, dan komodifikasi religiusitas dalam narasi pemberitaan Kawasan Industri Halal Cikande (KIHC) periode 2019–2024. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada berkembangnya industri halal yang tidak lagi sekadar norma religius, melainkan telah menjadi bagian dari sistem ekonomi global yang sarat kepentingan ekonomi-politik. Dalam konteks tersebut, KIHC diposisikan sebagai episentrum industri halal nasional, namun memunculkan ketegangan antara idealitas nilai-nilai maqāṣid al-syarī'ah dengan praktik kapitalistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) model Fairclough, melalui analisis teks media, praktik wacana, dan konteks sosial. Sumber data meliputi teks media pemerintah, dokumen kebijakan, serta wawancara dengan pemangku kepentingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasi pemberitaan KIHC cenderung mengonstruksi citra modern, religius, dan berdaya saing global, namun di sisi lain terjadi komodifikasi nilai-nilai religiusitas melalui penggunaan label halal dan syariah sebagai instrumen ekonomi dan legitimasi politik. Temuan ini mengindikasikan adanya dominasi logika kapitalisme dalam pengembangan industri halal yang berpotensi mereduksi makna substantif nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi pengembangan industri halal yang lebih berorientasi pada prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan sesuai dengan kerangka maqāṣid al-syarī'ah.

Kata kunci: analisis wacana kritis, industri halal, kapitalisme syariah, komodifikasi religiusitas, maqasid syariah, politik halal.

Abstract

This study aims to analyze the construction of discourse on Islamic capitalism, halal politics, and the commodification of religiosity in media narratives of the Halal Industrial Park of Cikande (KIHC) during the 2019–2024 period. This research employs a qualitative approach using Critical Discourse Analysis based on Fairclough's model, which examines text, discursive practices, and social context. Data were collected from government media texts, policy documents, and interviews with relevant stakeholders in the halal industry. The results show that media narratives construct KIHC as a modern, religious, and globally competitive halal industrial center. However, there is a tendency toward commodification of religious values through the use of halal and sharia labels as economic instruments and tools of political legitimacy. These findings indicate the dominance of capitalist logic in the development of the halal industry, which may reduce the substantive meaning of Islamic values. Therefore, a reconstruction of halal industry development is needed, emphasizing principles of justice, balance, and public welfare in accordance with the maqasid al-shariah framework.

Keywords: commodification of religiosity, critical discourse analysis, halal industry, halal politics, islamic capitalism, maqasid shariah.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, industri halal mengalami transformasi besar-besaran dari sekadar konsep keagamaan menjadi fenomena ekonomi yang semakin kompleks. Industri halal tidak lagi terbatas pada aspek konsumsi yang berbasis hukum syariat Islam, tetapi telah berkembang menjadi industri strategis yang mencakup berbagai bidang, seperti makanan, keuangan, pariwisata, hingga gaya hidup atau halal lifestyle (Salma, 2025). Perkembangan ini

didorong oleh meningkatnya kesadaran di kalangan konsumen Muslim serta munculnya pasar halal yang terus berkembang di berbagai sektor ekonomi (Ni'mah et al., 2025).

Industri halal dianggap sebagai salah satu pilar utama dalam memperkuat ekonomi syariah di Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh meningkatnya permintaan terhadap produk halal serta kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) (Aulia et al., 2025). Dengan demikian, industri halal berperan sebagai sarana efektif yang mendorong ekonomi berkelanjutan (Fauziah et al., 2025).

Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam pengembangan industri halal. Selain sebagai salah satu negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia juga memiliki potensi besar dalam berbagai sektor industri halal seperti makanan, kosmetik, farmasi, dan pariwisata yang telah berkembang pesat dan mencakup berbagai sektor ekonomi (Ni'mah et al., 2025). Namun, potensi ini belum sepenuhnya terwujud dalam implementasi tersebut karena kekurangan sumber daya manusia, distribusi sertifikasi halal yang tidak merata, serta kurangnya integrasi dalam rantai nilai industri (Kurniadi & Hanafi, 2025).

Di tengah perkembangan tersebut, muncul sebuah fenomena dalam kajian ekonomi syariah yang disebut dengan kapitalisme syariah. Konsep ini merujuk pada upaya integrasi nilai-nilai etika Islam dengan mekanisme pasar modern. Dalam praktiknya, industri halal tidak hanya menjadi ruang ekspresi religiusitas, tetapi juga menjadi arena medan kontestasi bagi konflik-konflik ekonomi dan politik yang melibatkan pasar, negara, dan otoritas keagamaan (Budiman, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa halal telah berevolusi dari sekedar standar moral menjadi komoditas ekonomi yang bernilai dalam ekonomi kapitalis global (Fauziah et al., 2025).

Selain itu, transformasi ini telah memunculkan fenomena yang dikenal sebagai komodifikasi religiusitas, di mana nilai-nilai keagamaan dikemas menjadi suatu produk atau simbol ekonomi yang dapat diperdagangkan (Maulida & Witro, 2022). Dalam konteks ini, label halal berfungsi sebagai jaminan bahwa suatu produk halal, sekaligus sebagai strategi yang dirancang untuk menarik pelanggan (Nasrudin & Nursari, 2025). Hal ini dapat menunjukkan adanya pergeseran fungsi halal yang tidak bersifat normatif, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan.

Lebih lanjut, dalam konteks Indonesia, pengembangan kawasan industri halal seperti Kawasan Industri Halal Cikande (KIHC) menjadi contoh nyata integrasi antara ekonomi syariah dan pembangunan industri di Indonesia. Kawasan ini dianggap sebagai pusat produksi halal dan strategi untuk meningkatkan daya saing industri halal nasional. Namun dalam implementasinya, masih terdapat tantangan dalam memastikan bahwa pengembangan industri halal berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip maqashid syariah seperti keadilan dan kemaslahatan (Minarni et al., 2024).

Berdasarkan pembahasan di atas, penelitian ini penting untuk mengkaji secara kritis perkembangan industri halal di Indonesia, khususnya dalam konteks Kawasan Industri Halal Cikande (KIHC). Penelitian ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana industri halal beroperasi dalam praktiknya dan sejauh mana prinsip-prinsip ekonomi syariah diterapkan dalam perkembangannya, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi penguatan industri halal yang lebih berkelanjutan dan berbasis nilai.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research). Fokus utama penelitian adalah melakukan analisis kritis terhadap teks jurnal yang menjadi objek kajian tanpa melakukan observasi lapangan secara langsung. Data primer dalam penelitian ini berupa artikel jurnal mengenai Kawasan Industri Halal Cikande (KIHC), sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur pendukung seperti buku dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan mengidentifikasi serta mengumpulkan proposisi kunci dalam teks yang berkaitan dengan konsep kapitalisme syariah, politik halal, dan komodifikasi religiusitas.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap sistematis. Pertama, peneliti menggunakan teknik critical review untuk mengevaluasi argumen yang terdapat dalam

jurnal, baik dari sisi konsistensi logika maupun kekuatan bukti yang disampaikan penulis (Grant & Booth, 2009). Kedua, penelitian ini menerapkan pendekatan Kritis Critical Discourse Analysis model Norman Fairclough untuk melihat bagaimana bahasa dan narasi digunakan dalam membangun pemahaman tertentu terkait KIHC. Pendekatan ini digunakan untuk membedakan bagaimana konsep kapitalisme syariah dan politik halal dikonstruksikan dalam teks, serta bagaimana narasi tersebut merepresentasikan hubungan antara nilai ekonomi Islam dan logika kapitalisme (Fairclough, 2013).

Melalui integrasi metode tersebut, penelitian ini diharapkan mampu mengungkap apakah representasi KIHC dalam jurnal tersebut selaras dengan prinsip maqāsid al-syari'ah, atau justru cenderung menunjukkan praktik kapitalisme yang dilabeli dengan nilai-nilai religius.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri halal di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan, baik dari aspek ekonomi, regulasi, maupun sosial. Industri halal tidak hanya berfungsi sebagai sektor ekonomi semata, tetapi juga menjadi bagian dari identitas religius masyarakat Muslim yang terintegrasi dalam sistem ekonomi modern.

Maxime Rodinson dalam karyanya berjudul *Islam and Capitalism* (1966) menegaskan tidak ada pertentangan antara doktrin Islam dengan prinsip-prinsip kapitalisme. Rodinson berpendapat bahwa Islam sebagai agama memiliki fleksibilitas ideologis yang memungkinkan pemeluknya melakukan aktivitas ekonomi rasional dan akumulasi modal tanpa melanggar ketentuan hukum suci melalui interpretasi hukum yang adaptif.

Mahmoud El-Gamal mengemukakan bahwa praktik ekonomi syariah modern sering kali mereplikasi struktur kapitalisme konvensional melalui modifikasi kontrak agar sesuai dengan prinsip syariah. Dalam hal ini, representasi KIHC dalam media dapat dipahami sebagai bentuk legitimasi terhadap sistem ekonomi yang secara struktural tetap beroperasi dalam logika kapitalisme, meskipun menggunakan simbol dan terminologi keagamaan.

Industri halal di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan, baik dari aspek ekonomi, regulasi, maupun sosial. Industri halal tidak hanya berfungsi sebagai sektor ekonomi semata, tetapi juga menjadi bagian dari identitas religius masyarakat Muslim yang terintegrasi dalam sistem ekonomi modern.

Maxime Rodinson dalam karyanya berjudul *Islam and Capitalism* (1966) menegaskan tidak ada pertentangan antara doktrin Islam dengan prinsip-prinsip kapitalisme. Rodinson berpendapat bahwa Islam sebagai agama memiliki fleksibilitas ideologis yang memungkinkan pemeluknya melakukan aktivitas ekonomi rasional dan akumulasi modal tanpa melanggar ketentuan hukum suci melalui interpretasi hukum yang adaptif.

Mahmoud El-Gamal mengemukakan bahwa praktik ekonomi syariah modern sering kali mereplikasi struktur kapitalisme konvensional melalui modifikasi kontrak agar sesuai dengan prinsip syariah. Dalam hal ini, representasi KIHC dalam media dapat dipahami sebagai bentuk legitimasi terhadap sistem ekonomi yang secara struktural tetap beroperasi dalam logika kapitalisme, meskipun menggunakan simbol dan terminologi keagamaan.

Dari sisi kebijakan, pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen dalam pengembangan industri halal melalui penerapan sertifikasi halal dan penguatan regulasi. Hal ini memperkuat daya saing produk halal Indonesia di pasar global. Pengembangan industri halal seharusnya berbasis pada prinsip maqashid syariah, yaitu menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan nilai-nilai kemaslahatan (Minarni, 2024). Dengan demikian, industri halal tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada etika dan keberlanjutan.

Namun, dalam praktiknya, hasil penelitian juga menunjukkan adanya fenomena komodifikasi religiositas, di mana nilai-nilai keagamaan seperti halal dijadikan sebagai instrumen ekonomi dan strategi pemasaran. Produk halal tidak lagi hanya dimaknai sebagai kebutuhan spiritual, tetapi juga sebagai komoditas yang memiliki nilai jual tinggi di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa industri halal sering kali berada dalam kerangka kapitalisme modern, sehingga simbol-simbol keagamaan dapat mengalami pergeseran makna menjadi nilai ekonomi (Bawafie et al., 2024).

Komodifikasi secara teoritis dikembangkan oleh pemikiran ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco (2009). Mosco mendefinisikan komodifikasi sebagai proses transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Sementara itu, komodifikasi dalam kajian budaya Jean Baudrillard (1998) menjelaskan bahwa komodifikasi tidak hanya berkaitan dengan nilai ekonomi, tetapi juga nilai simbolik.

Komodifikasi dapat dipahami sebagai proses perubahan benda, jasa, nilai sosial, dan simbol menjadi komoditas yang memiliki nilai ekonomi dalam sistem pasar. Proses ini tidak hanya mengubah fungsi suatu objek dari sekadar memiliki nilai guna menjadi nilai ekonomi, tetapi juga menggeser makna atau nilai itu sendiri. Nilai simbolik menjadi dasar konsumsi dalam masyarakat modern, di mana suatu komoditas dikonsumsi bukan semata-mata karena kegunaannya, melainkan karena memiliki makna dan citra yang melekat padanya.

Komodifikasi religiusitas terjadi ketika nilai, simbol, dan praktik keagamaan tidak hanya dimaknai sebagai bentuk keyakinan spiritual, tetapi juga diproduksi, direpresentasikan, dan dipasarkan dalam logika ekonomi. Dalam konteks Kawasan Industri Halal (KIHC), hal ini menunjukkan bahwa simbol dan nilai keagamaan tidak hanya digunakan sebagai landasan normatif, tetapi juga dimobilisasi sebagai bagian dari strategi ekonomi untuk membangun citra, legitimasi, dan daya tarik pasar dalam industri halal.

Selain itu, penguatan industri halal juga sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia. Pengembangan industri halal membutuhkan SDM yang memiliki kompetensi di bidang ekonomi syariah, manajemen, serta pemahaman terhadap standar halal (Andini & Wijaya, 2023). Tanpa SDM yang memadai, pengembangan industri halal akan sulit mencapai potensi maksimalnya.

Di sisi lain, terdapat berbagai tantangan dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses pembiayaan dan rendahnya literasi keuangan syariah di kalangan pelaku usaha, khususnya UMKM. Banyak pelaku usaha yang belum siap memenuhi standar industri halal karena keterbatasan modal dan pemahaman terhadap proses sertifikasi (Jannah & Malahayatie, 2024).

Selain itu, peran sertifikasi halal juga menjadi faktor penting dalam penguatan industri halal. Sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat posisi produk di pasar (Nasrudin & Nursari, 2025). Namun, proses sertifikasi yang masih dianggap rumit oleh sebagian pelaku usaha menjadi hambatan tersendiri dalam implementasinya.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan dalam jurnal ini menunjukkan bahwa industri halal di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar sebagai sektor strategis dalam pembangunan ekonomi. Namun, pengembangannya masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari sisi implementasi, sumber daya manusia, maupun pemahaman pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menciptakan industri halal yang tidak hanya kompetitif secara ekonomi, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai syariah dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan industri halal di Indonesia, khususnya dalam konteks Kawasan Industri Halal Cikande (KIHC), berada pada persimpangan antara pencapaian ekonomi dan tantangan etis. Di satu sisi, industri halal berperan sebagai motor penggerak ekonomi nasional melalui peningkatan PDB, penyerapan tenaga kerja, serta penguatan regulasi sertifikasi. Namun, di sisi lain, melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis, terlihat adanya kecenderungan kapitalisme syariah, di mana nilai-nilai religius mengalami komodifikasi dan lebih difungsikan sebagai instrumen ekonomi dan strategi pemasaran. Narasi yang dibangun dalam jurnal cenderung masih didominasi oleh logika pasar kapitalistik, sehingga meskipun terminologi syariah digunakan secara luas, implementasi prinsip *maqāṣid al-syarī'ah* belum tergambarkan secara substantif, terutama dalam aspek keadilan dan kemaslahatan.

Berdasarkan hal tersebut, diperlukan upaya untuk mengembalikan orientasi industri halal agar tidak hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada nilai etika dan

keberlanjutan. Akademisi diharapkan dapat mengembangkan kajian yang lebih mendalam terkait dampak sosial dari komodifikasi religiusitas, sementara pelaku industri, khususnya pengelola KIHIC, perlu mengintegrasikan standar halal dengan praktik bisnis yang berlandaskan nilai keadilan. Di sisi lain, pemerintah perlu memperluas regulasi tidak hanya pada sertifikasi, tetapi juga pada pengawasan praktik industri agar tetap selaras dengan prinsip ekonomi Islam yang inklusif dan tidak semata-mata berorientasi pada akumulasi modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamsah, B., & Subakti, G. (2022). Perkembangan industri halal terhadap pertumbuhan ekonomi manusia. *Indonesia Journal of Halal*, 4(2), 86–93.
- Andini, Y. P., & Wijaya, Y. A. (2023). Sumber daya manusia dalam pengembangan industri halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 45–53.
- Aulia, T. M., Rahmawati, S. B., Kharisma, F., & Marlina, L. (2025). Dampak industri halal terhadap PDB Indonesia: Peluang dan tantangan ekonomi. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 222–229.
- Bawafie, A. A., et al. (2024). Industri halal: Paradigma tauhid mewujudkan rantai nilai halal di Indonesia. *Jurnal Kinerja*, 21(1), 1–14.
- Budiman, A. (2014). Kapitalisme ekonomi syariah. *IAIN Tulungagung Research Collections*, 1(1), 47–71.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- El-Gamal, M. A. (2006). *Islamic finance: Law, economics, and practice*. Cambridge University Press.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret industri halal Indonesia: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435.
- Fauziah, S. N., Haqiem, I. F., Herman, D. A. G., & Marlina, L. (2025). Strategi pengembangan industri halal di Indonesia menuju daya saing global. *Merdeka: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(1), 254–258.
- Fisher, J. (2016). *Islamic consumption and marketing: Between religion and the market*. Cambridge University Press.
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and their associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91–108.
- Jannah, M., & Malahayatie. (2024). Analisis tantangan dan peluang industri halal di Indonesia. *Mubeza Journal*, 4(1), 23–32.
- Jean, B. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. Sage Publications.
- Kurniadi, A., & Hanafi, S. M. (2025). Determinan pertumbuhan industri halal di Indonesia. *Jurnal Al-Istishna: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 89–106.
- Maulida, L., & Witro, D. (2022). Komodifikasi simbol-simbol agama di kalangan kelas menengah Muslim di Indonesia. *Jurnal SOSEBI*, 2(2), 137–152.
- Minarni, Yuliana, I., Wahyuni, N., & Sawitri, D. (2024). Strategi pengembangan industri halal di Indonesia berbasis maqashid syariah dan etika bisnis Islami. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 3075–3086.
- Mosco, V. (1998). *The political economy of communication*. Sage Publications.
- Nasrudin, N., & Nursari, N. (2025). Peran sertifikasi halal dalam penguatan industri makanan halal: Instrumen perlindungan konsumen Muslim di Indonesia. *Qanuniya: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(1), 11–22.
- Ni'mah, N. F., Oktaviana, R. D., Susilowati, N., & Hidayati, A. N. (2025). Industri halal Indonesia: Peluang, tantangan, dan langkah strategis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(4), 102–113.
- Rodinson, M. (1996). *Islam and capitalism*. University of Texas Press.
- Rudnyckij, D. (2010). *Spiritual economies: Islam, globalization, and the afterlife of development*. Cornell University Press.
- Salma, A. M. (2025). Perkembangan industri halal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 849–854.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

Zed, M. (2014). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.