

# SIYAR

SIYAR Journal

Jurnal Prodi Hubungan Internasional

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Vol. 2 No. 2 Juli 2022

---

## PENGARUH GAYA HIDUP HALAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA

Muhammad Afifuddin Al Ariqi

UIN Sunan Ampel Surabaya

### Abstrak

Gaya hidup halal telah menjadi tren bagi komunitas global dan Indonesia, yang memiliki populasi mayoritas Muslim. Total pengeluaran yang dihabiskan oleh masyarakat Indonesia untuk produk halal pada tahun 2017 adalah 218,8 miliar. Dapat dinyatakan bahwa produk halal adalah bisnis yang baik, terutama di Indonesia. Untuk alasan ini, penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah gaya hidup halal, sebagai contoh dengan keberadaan perbankan syariah, pariwisata halal, dan sektor pangan halal dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Beberapa sumber, seperti buku dan artikel jurnal digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Studi ini menemukan bahwa gaya hidup halal di perbankan syariah, pariwisata halal, dan sektor makanan halal secara positif mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia.

**Keywords:** *Halal lifestyle*, Pertumbuhan Ekonomi, Indonesia, Perdagangan Bebas, Ekonomi Politik Internasional

## PENDAHULUAN

Konsep halal dalam Islam menekankan pentingnya umat Islam untuk mengkonsumsi hanya produk halal seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dll. "Halal" didefinisikan sebagai hal-hal yang diizinkan untuk digunakan atau dikonsumsi oleh seorang Muslim. Kebalikan dari kata halal adalah "haram" yang berarti terlarang. Konsep halal tidak hanya menyangkut produk yang dikonsumsi, tetapi juga melibatkan layanan, termasuk layanan keuangan yang harus bebas dari riba, layanan pariwisata halal dll. Perkembangan gaya hidup halal (*halal lifestyle*) muncul dalam beberapa tahun terakhir didorong oleh pertumbuhan kesadaran publik untuk menerapkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan<sup>1</sup>. Ini mendorong pertumbuhan yang cepat dari pasar halal pada skala global di berbagai benua, termasuk Asia. Di Indonesia, untuk memastikan bahwa umat Islam dapat mengkonsumsi produk halal, hukum nomor 33 pada tahun 2014 disetujui oleh Dewan Ulama Indonesia (MUI) melalui LPPOM-MUI (Lembaga Penelitian Makanan, Kedokteran dan Kosmetik) sebagai lembaga yang menyediakan sertifikasi halal. Hingga saat ini, jumlah produk yang telah menerima sertifikasi halal dari LPPOM-MUI dari 2012 hingga Oktober 2017 telah mencapai 259.984 produk dari 6.055. Meningkatnya jumlah produk yang menerima sertifikasi halal dalam menanggapi meningkatnya permintaan dan kepedulian bagi publik untuk mengkonsumsi produk halal. Itu juga secara langsung menunjukkan peran agama dalam kehidupan manusia. Industri halal memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian. Maka, sudah seharusnya industri halal dikembangkan di Indonesia. Industri halal telah menyumbang USD 3,8 miliar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia setiap tahunnya. Selain itu, industri halal juga telah menyumbang USD 1 miliar investasi dari investor asing dan membuka 127 ribu lapangan pekerjaan per tahunnya. Bila dioptimalkan lagi, industri halal dapat meningkatkan nilai ekspor dan cadangan devisa negara<sup>2</sup>.

Menanamkan kebiasaan gaya hidup halal harus dimulai pada usia dini. Lingkungan terdekat, yaitu orang tua dan sekolah, memiliki peran strategis untuk menanamkan

---

<sup>1</sup> Ailah, M. W. (2019). Pemahaman Konsep Halal dan Halal Awareness dalam Perilaku Konsumen Muslim BreadTalk di Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

<sup>2</sup> Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). "Media Keuangan." Kementerian Keuangan 14(140).

pentingnya mengkonsumsi produk halal. Gaya hidup halal telah menjadi tren baru bagi komunitas global<sup>3</sup>. Banyak negara di berbagai belahan dunia mencoba menerapkan sistem gaya hidup halal dalam kehidupan sehari-hari mereka. Secara global, populasi Muslim yang tumbuh dan kekuatan pengeluaran mendorong tren saat ini menuju kehidupan halal<sup>4</sup>. Gerakan global menuju kehidupan halal telah menghasilkan lonjakan permintaan untuk peralatan barang dan jasa<sup>5</sup>. Laporan tersebut menyatakan bahwa Muslim dunia menghabiskan sebanyak US \$ 2,2 triliun pada tahun 2018 untuk makanan halal, sektor farmasi, dan gaya hidup halal<sup>6</sup>. Di Indonesia, tren gaya hidup halal meliputi beberapa sektor makanan dan minuman halal, keuangan, perjalanan, pakaian, hiburan dan media, obat-obatan, kosmetik, dan perawatan medis atau rumah sakit.

Dalam makna Bahasa Arab, kata halal berarti sah dan diizinkan. Sementara itu, berdasarkan hukum Syariah, istilah halal memiliki dua makna. Definisi pertama menunjukkan bahwa halal mengacu pada legalitas menggunakan objek atau apa pun untuk memenuhi kebutuhan fisik, termasuk makanan, minuman, dan obat-obatan<sup>7</sup>. Pemahaman kedua menyangkut kemampuan untuk menggunakan, makan, minum, dan melakukan sesuatu, yang semuanya ditentukan oleh teks. Setiap Muslim harus mengkonsumsi barang-barang halal, seperti makanan dan minuman, kosmetik, obat-obatan, dll. Dalam Kitab Saripati Ihya Ulumiddin Imam al-Ghazali oleh Shaykh Jamaluddin al-Qasimi, Dijelaskan bahwa kelas barang halal dibagi hanya berdasarkan kategori utama. Makanan mungkin haram karena didasarkan pada zat atau bisa disebabkan oleh cacat dalam mendapatkannya

Selain itu, halal mengacu pada hal -hal atau tindakan yang sesuai dengan syariah. Dengan kata lain, konsep halal dapat membantu umat Islam dalam mengevaluasi apakah item dan layanan mematuhi aturan dan standar Islam. Gagasan halal dalam makanan dan

<sup>3</sup> Setiawan, J. Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dalam Menyosialisasikan Gaya Hidup Halal di Media Sosial Instagram (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

<sup>4</sup> Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Ulama'i, A. H. A. A. (2019). Halal lifestyle di Indonesia. An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 5(2), 57-81.

<sup>5</sup> Harahap, I. (2016). Analisis kausalitas variabel makro ekonomi terhadap Anggaran dan Pendapatan dan Belanja Negara di Indonesia periode 1990-2015.

<sup>6</sup> Reuters, T., & Standard, D. (2018). State of the global Islamic economy report 2018/19. Dubai International Financial Centre, 112.

<sup>7</sup> Amalia, E., & Hidayah, N. (2020). Strategies for Strengthening Halal Industries towards Integrated Islamic Economic System in Indonesia: Analytical Network Process Approach. Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 12(1).

minuman didefinisikan secara menyeluruh, sehingga makanan dan minuman halal didefinisikan sebagai yang mencerminkan kebaikan (*tayyib*) di semua area lain, seperti menjadi sehat, bersih, higienis, dan benar secara moral. Oleh karena itu, itu meningkatkan kesadaran seseorang tentang lingkungan, menyebabkan mereka lebih sadar secara ekologis dan khawatir tentang semua makhluk Allah. Idenya adalah bahwa pengetahuan halal seseorang dapat berfungsi sebagai motivator untuk memiliki rasa moralitas dalam apapun yang dilakukan.

Lebih lanjut, gaya hidup adalah seni yang mulai dibudidayakan oleh semua orang. Sementara itu, mengikuti kamus besar Indonesia, dinyatakan bahwa gaya hidup adalah pola atau perilaku yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam kehidupan sehari-hari. Jika dilihat dari perspektif ekonomi, gaya hidup memiliki arti perilaku seseorang dalam hal menghabiskan uang dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup itu sendiri memiliki hubungan yang sangat dekat dengan perkembangan dan waktu teknologi. Minat individu dalam berbagai hal dibentuk oleh gaya hidup mereka, dan barang-barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup itu. Gaya hidup seseorang adalah cara hidupnya seperti yang tercermin dalam kegiatan, hobi, dan sikap. Secara teori, gaya hidup seseorang ditentukan oleh pendekatannya terhadap manajemen waktu dan uang. Gaya hidup seseorang juga memengaruhi perilaku mereka, pada akhirnya mendefinisikan pola pengeluaran mereka.

Seperti yang didefinisikan oleh Muslim Judicial Halal Trust (MJCHT), gaya hidup halal adalah "perilaku seseorang yang konsisten dengan kepercayaan Islam dan dilakukan secara akurat, jujur, dengan integritas, martabat, dan keadilan." Mengenai hal ini, banyak orang yang cemas tentang gaya hidup yang akan mereka jalani. Demikian pula, gaya hidup seseorang akan mencerminkan kepribadiannya untuk umat Islam, yang telah memiliki setiap bagian dari kehidupan mereka yang diperintah oleh doktrin Islam. Dengan demikian, gaya hidup halal adalah kewajiban/keharusan bagi seorang Muslim sebagai perwujudan dari prinsip -prinsipnya. Secara bersamaan, konsep gaya hidup halal mendapatkan penerimaan yang luas. Istilah "gaya hidup halal" mengacu pada cara hidup yang memprioritaskan dan mematuhi semua perintah Islam. Gaya hidup halal juga merupakan salah satu konsep halal yang saat ini lebih terkonsentrasi di industri kuliner, medis, pribadi,

turis, dan penginapan<sup>8</sup>.

Pertumbuhan gaya hidup halal memanifestasikan semangat rasionalitas keagamaan yang tinggi, yang menyebabkan konsumen Muslim lebih diskriminatif dalam pembelian produk mereka. Budaya Muslim di zaman modern juga semakin mencari keuntungan spiritual dari barang dan layanan yang mereka beli dan konsumsi yang mematuhi ajaran Islam. Faktor halal menjadi komersialisasi gaya hidup, di mana suatu produk harus memiliki komponen halal, dan konsumennya menjadi bagian dari gaya hidup kontemporer. Gaya hidup halal telah dikembangkan secara signifikan di Indonesia, diantaranya melalui sektor Keuangan Syariah, makanan halal dan pariwisata halal.

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu di sektor pembiayaan perbankan Islam (Wardani & Al Arif, 2021) dan Afandi (2021), saham Islam, reksa dana Islam (Auliyata Saa'dah et al., 2021), dan pariwisata halal (Wijaya, 2020) tentang pertumbuhan ekonomi. Beberapa studi ini menjelaskan bahwa ekuitas Islam dan reksa dana secara positif memengaruhi pertumbuhan ekonomi nasional, dan pariwisata halal dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi regional. Namun, ada penelitian terbatas tentang bagaimana hal itu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan pariwisata halal pada skala nasional di sektor pangan halal.

### **Konsep Halal Lifestyle**

*Halal lifestyle* dapat dikatakan sebagai bagaimana cara hidup yang benar dan baik. Mengikuti prinsip Syariah dan koridor ketentuan tentang halal dan haram. Sedangkan kata Halal berasal dari Bahasa Arab yang mempunyai makna pada tafsir Al-Qur'an yaitu segala sesuatu yang telah diizinkan oleh syariah. Syariah menjelaskan tatanan hidup, dan segala sesuatu larangan yang jelas untuk makan dan minum, bermuamalah dan serta mengatur tentang sikap manusia dalam kehidupan pribadi dan sosialnya<sup>9</sup>.

Kata halal di dalam al-Qur'an terdapat pada beberapa tempat: "Wahai Manusia! makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu." (QS: Al-

---

<sup>8</sup> Aziz, N. I. A., & Ahmad, F. A. (2018). The Halal Lifestyle of Muslim Working Women. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 8(5), 1138-1147.

<sup>9</sup> Hendri Hermawan Adinugraha dan Mila Sartika, "HALAL LIFESTYLE DI INDONESIA," 1, 6 (2019): 62, <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.57-81>.

Baqarah: 168). "Dihalalkan bagi kamu pada malam hari bulan puasa bercampur dengan istrimu. Mereka adalah pakaian bagimu, dan kamu adalah pakaian bagi mereka (QS: Al-Baqarah: 187)<sup>10</sup>.

Dalam dekade terakhir, istilah gaya hidup halal telah menjadi semakin populer. Gaya hidup ini mengacu pada bagian dari syariah Islam yang merupakan kewajiban bagi umat Islam untuk mengkonsumsi dan menggunakan segala sesuatu yang telah terbukti halal. Kata 'halal' secara harfiah berarti 'diizinkan', berdasarkan aturan dalam Islam. Oleh karena itu, gaya hidup halal dapat didefinisikan sebagai cara individu untuk menjalani kehidupan sehari-harinya dengan prinsip-prinsip halal, dari perilaku, kebiasaan, kegiatan, hingga minat mereka, semuanya harus sesuai dengan syariah Islam. Popularitas gaya hidup halal, misalnya, dipicu oleh meningkatnya populasi Muslim kelas menengah yang terbaru tentang tren gaya hidup, tetapi pada saat yang sama menginginkan produk dan layanan yang mencerminkan spiritualitas menurut Islam. Dari komunitas Muslim, gaya hidup halal mulai mendapatkan minat semua orang, karena universalitasnya dan sejalan dengan sifat manusia untuk memprioritaskan kesehatan, kebersihan, dan kenyamanan. Siapapun yang mengimplementasikan gaya hidup halal akan selektif dalam memilih produk yang digunakan, karena mereka harus memenuhi persyaratan halal, tidak hanya sumber tetapi dari proses produksi hingga distribusi. Popularitas gaya hidup halal juga dapat dilihat dari industri halal yang berkembang, tidak terbatas pada industri makanan dan minuman, tetapi juga dalam kosmetik, mode, kedokteran, perjalanan, keramahtamahan, keuangan, dan bahkan industri elektronik. Bahkan negara-negara dengan mayoritas non-moslem-pulasi, menargetkan pasar bagi para penggemar gaya hidup halal. Selandia Baru, misalnya, sekarang dikenal sebagai salah satu eksportir daging halal terbesar di dunia, Thailand mengklaim sebagai dapur halal di dunia, sementara Jepang menjadikan industri halal sebagai kontributor ekonomi utama pada tahun 2020.

Selain itu, pengembangan gaya hidup halal juga perlu melibatkan komunitas yang lebih luas, dengan memberikan pendidikan tentang relevansi gaya hidup halal yang tidak hanya mengikat komunitas Muslim, tetapi juga dapat diperlakukan oleh komunitas yang lebih luas, mengingat bahwa di sana adalah begitu banyak manfaat dari gaya hidup halal ini. Masyarakat yang telah mempraktikkan gaya hidup halal juga perlu terus mengikuti

---

<sup>10</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemah al-Quran, Al-Qur'an Terjemah al-Muhaimin (Depok: Al-Huda, 2002), 30

pengembangan informasi tentang produk halal dan standardisasi masing-masing, agar dapat berkembang dari jargon ke berkah, bagi diri kita sendiri dan orang lain di masyarakat.

## Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Ekonomi Indonesia diperkirakan akan tumbuh sebesar 5,0% pada tahun 2022 dan 5,2% pada tahun 2023 karena permintaan domestik terus pulih, menurut laporan oleh Asian Development Bank (ADB) yang dirilis hari ini. "Ekonomi Indonesia dengan cepat *rebound* dari penurunan pada kuartal ketiga dan berakhir 2021 dengan output lebih tinggi daripada di pra-pandemi 2019. Pertumbuhan berbasis luas dan harus menguat pada tahun 2022 karena kegiatan ekonomi terus menormalkan," kata Direktur Negara ADB untuk Indonesia Jiro Tominaga. "Konsumsi dan investasi swasta memasuki 2022 dengan momentum yang kuat, dan gelombang Covid-19 ketiga harus memiliki dampak minimal pada pertumbuhan. Invasi Rusia ke Ukraina, namun, jika berkepanjangan, dapat secara signifikan mempengaruhi inflasi dan keseimbangan fiskal." *Asia Development Outlook* (ADO) 2022 mengatakan pengeluaran konsumen dan aktivitas manufaktur Indonesia telah meningkat secara konsisten karena pickup dalam pendapatan, pekerjaan, dan kepercayaan diri. Investasi mendapat manfaat dari memperluas permintaan, peningkatan investasi dan iklim bisnis, dan pemulihan kredit. Inflasi, yang rata -rata 1,6% tahun lalu, diperkirakan akan naik menjadi 3,6% pada tahun 2022, karena pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat dan harga komoditas yang lebih tinggi, tetapi masih akan berada di dalam kisaran target Bank of Indonesia. Inflasi harus mudah menjadi 3,0% pada tahun 2022 karena kenaikan harga komoditas mereda. Harga yang lebih tinggi untuk ekspor komoditas Indonesia, bagaimanapun, harus mengimbangi volume ekspor yang lebih rendah, menjaga rekening giro yang seimbang dan menghasilkan beberapa keuntungan pendapatan. Untuk jangka menengah, laporan ini merekomendasikan agar Indonesia memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan, yang akan membantu negara mencapai tujuannya untuk meningkatkan produk domestik bruto per kapita ke tingkat berpenghasilan tinggi pada tahun 2045. Perusahaan akan membutuhkan bantuan untuk melangkah UP Transfer Teknologi, Meningkatkan Penelitian dan Pengembangan Inovasi, dan mengakses tenaga kerja yang mengerti teknologi. Rekomendasi kebijakan utama termasuk investasi publik dalam infrastruktur digital, insentif fiskal, dan reformasi peraturan. ADB

berkomitmen untuk mencapai Asia dan Pasifik yang makmur, inklusif, tangguh, dan berkelanjutan dan Pasifik, sambil mempertahankan upayanya untuk memberantas kemiskinan yang ekstrem. ADB didirikan pada tahun 1966, dan memiliki 68 negara anggota, diantaranya 49 negara dari wilayah Asia dan Pasifik.

## METODE

Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup halal terhadap pertumbuhan ekonomi indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini mencakup penelitian perpustakaan (*library research*), yaitu penelitian bahwa dalam implementasinya mengumpulkan informasi atau data dari berbagai buku, artikel jurnal, dan laporan penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

## HASIL DAN DISKUSI

Gaya hidup halal telah menjadi rutinitas harian karena sifatnya yang inklusif, baik untuk Muslim maupun non-Muslim. Di masa depan, populasi dunia semakin mencari produk halal. Sehingga, sangat penting dalam memberikan kesempatan bagi Indonesia untuk menjadi konsumen produk halal dan produsen yang harus diperhitungkan, yang nantinya akan mempengaruhi ekonomi nasional. Badan Perencanaan Perencanaan Pembangunan Nasional/ Perencanaan Pembangunan Nasional mengatakan bahwa fokus utama penerapan pembangunan ekonomi Syariah adalah pada sektor keuangan Islam, makanan dan minuman halal, pariwisata halal, mode sederhana, dan sektor lain yang memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi<sup>11</sup>.

Pasar ekonomi halal menimbulkan efek bagus dalam jalur perdagangan. Pasar ekonomi halal dimulai dari adanya permintaan halal yang dilakukan konsumen. Permintaan ini akan menimbulkan rantai penawaran dari sisi produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga pasar lambat laun akan berubah mengikuti arus ekonomi halal.

---

<sup>11</sup> Zaidah, N., Solihin, M., & Muliadi, M. (2022). Halal Lifestyle dan Wara'Lifestyle (Studi Kasus Pusat Halal Salman ITB). *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin*, 2(3), 654-566.manu

Pertimbangan “kehalalan” produk tidak sekedar masalah isu agama tetapi juga terkait standardisasi kualitas produk. Untuk membentuk pasar ekonomi halal yang baik maka dibutuhkan jalur kegiatan ekonomi yang baik pula. Diantaranya dimulai kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Ketiga hal tersebut harus benar-benar dijalankan dalam kerangka “halal”. Untuk membentuk rantai ekonomi tersebut, dibutuhkan kerjasama dengan sumber daya manusia yang dimiliki

Sementara itu, menurut Sukirno (2016), pertumbuhan ekonomi dapat digunakan sebagai ukuran yang dapat menunjukkan bagaimana ekonomi suatu negara berkembang seiring waktu. Pembangunan ekonomi biasanya ditandai oleh pertumbuhan ekonomi dengan PDB (produk domestik bruto) sebagai indikator. Selain PDB, indikator lain dapat dilihat dari peningkatan pendapatan per kapita riil, jaminan untuk kesejahteraan populasi, dan berkurangnya tingkat pengangguran.

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup halal di beberapa sektor dapat menjadi instrumen untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Penelitian Wardani dan Al Arif (2021) menggunakan teknik kuantitatif untuk menyelidiki dampak langsung dan tidak langsung dari pembiayaan Bank Islam, Zakat, dan pengeluaran pendidikan untuk pembangunan ekonomi dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM)<sup>12</sup>. Penelitian ini didasarkan pada analisis rute menggunakan data panel yang mencakup 2015-2019. Studi - studi tersebut mengungkapkan bahwa perbankan Islam, zakat, dan pengeluaran pendidikan secara positif memengaruhi pertumbuhan ekonomi. Industri halal terus menunjukkan pertumbuhan yang positif setiap tahunnya. Pertumbuhan ini tentunya memberikan kontribusi yang positif terhadap perekonomian Indonesia. Kontribusi tersebut bisa dilihat melalui Produk Domestik Bruto (PDB). Ekonomi syariah sudah terbukti memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar USD 3,8 miliar setiap tahunnya<sup>13</sup>.

Sejalan dengan penelitian Ismawan, A., & Amalia, K. (2022), ditunjukkan bahwa pariwisata halal memiliki hasil dan tanggapan positif dari wisatawan domestik dan asing, sebagaimana dibuktikan oleh data tentang meningkatnya PDB dan sepuluh tujuan wisata

---

<sup>12</sup> Utama, E., Aryani, P., & Wardani, S. (2022). ANALISIS KELAYAKAN PRODUK PEMBIA YAAN USAHA MIKRO DENGAN AKAD MURABAHAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KANTOR CABANG PEMBANTU ACEH DARUSSALAM. *Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 2(1, Mei).

<sup>13</sup> Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). “Media Keuangan.” *Kementerian Keuangan* 14(140)

halal di negara -negara anggota OKI dan jumlah wisatawan asing dan sepuluh Mengunjungi Indonesia untuk menikmati pariwisata halal. Kekayaan budaya Indonesia juga memberikan peluang bagus untuk mempromosikan bisnis wisata halal, secara positif mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia<sup>14</sup>.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasan, M. N., Abdillah, F. S., Rahmawati, N., & Husnah menganalisis kontribusi ekonomi bisnis pangan halal ke Indonesia. Studi mereka menggunakan metode yang dikenal sebagai analisis input-output, dengan data dari Badan Statistik Pusat pada 2010 dengan mengecualikan sektor non-halal, yaitu minuman beralkohol. Temuan penelitian mereka menunjukkan bahwa bisnis pangan halal menguntungkan ekonomi Indonesia dan meningkatkan produksi ekonomi total sebesar IDR 1,5 triliun<sup>15</sup>.

## KESIMPULAN

Pertumbuhan gaya hidup halal memanifestasikan semangat rasionalitas keagamaan yang tinggi, menyebabkan konsumen Muslim lebih selektif dalam pembelian produk yang dibutuhkan. Budaya Muslim di zaman modern juga semakin mencari keuntungan spiritual dari barang dan layanan yang mereka beli dan konsumsi yang mematuhi ajaran Islam. Faktor halal kemudian menjadi komersialisasi gaya hidup, di mana suatu produk harus memiliki komponen halal, dan konsumennya menjadi bagian dari gaya hidup kontemporer. Sektor -sektor termasuk keuangan Islam, makanan halal, dan pariwisata halal. Di Indonesia, gaya hidup halal yang berkembang telah menghasilkan meningkatnya kebutuhan dan permintaan barang dan jasa halal. Ini tidak diragukan lagi merupakan peluang yang menjanjikan bagi para pemain industri terkait. Berdasarkan berbagai teori dan penelitian yang disebut penulis, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup halal di sektor perbankan syariah, makanan halal, dan pariwisata halal dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

---

<sup>14</sup> Ismawan, A., & Amalia, K. (2022). KONSEP BISNIS WISATA HALAL DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DI INDONESIA. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(4), 196-207.

<sup>15</sup> Hasan, M. N., Abdillah, F. S., Rahmawati, N., & Husnah, R. A. STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL MELALUI WARUNG TITIPAN (WARTIP) UNTUK MENDUKUNG DESA PACIRAN SEBAGAI SENTRA UMKM DI KABUPATEN LAMONGAN.

## REFERENCES

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Ulama'i, A. H. A. A. "Halal lifestyle di Indonesia". *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 2019. <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.57-81>.
- Ailah, M. W. *Pemahaman Konsep Halal dan Halal Awareness dalam Perilaku Konsumen Muslim BreadTalk di Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2019.
- Amalia, E., & Hidayah, N. "Strategies for Strengthening Halal Industries towards Integrated Islamic Economic System in Indonesia: Analytical Network Process Approach". *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 12(1), 2020.
- Aziz, N. I. A., & Ahmad, F. A. "The Halal Lifestyle of Muslim Working Women". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5), 2018. 1138-1147.
- Harahap, I. *Analisis kausalitas variabel makro ekonomi terhadap Anggaran dan Pendapatan dan Belanja Negara di Indonesia periode 1990-2015*. 2018.
- Ismawan, A., & Amalia, K. KONSEP BISNIS WISATA HALAL DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DI INDONESIA. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(4), 2022. 196-207.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2019). "Media Keuangan." Kementerian Keuangan 14(140)
- Reuters, T., & Standard, D. (2018). State of the global Islamic economy report 2018/19. Dubai International Financial Centre, 112.
- Setiawan, J. Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dalam Menyosialisasikan Gaya Hidup Halal di Media Sosial Instagram (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Utama, E., Aryani, P., & Wardani, S. (2022). ANALISIS KELAYAKAN PRODUK PEMBIAYAAN USAHA MIKRO DENGAN AKAD MURABAHAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KANTOR CABANG PEMBANTU ACEH DARUSSALAM. *Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 2(1, Mei).
- Zaidah, N., Solihin, M., & Muliadi, M. (2022). Halal Lifestyle dan Wara'Lifestyle (Studi Kasus Pusat Halal Salman ITB). *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin*, 2(3), 654-566.