

Antara Syariah Dan Kapitalisme: Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kawasan Industri Halal Cikande

Ikhsan Ahmad,^{1*} Ahmad Sarbini,² M. Yusuf Wibisono,³ dan Dody S. Truna⁴

¹ Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten, Indonesia

^{2,3,4} UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

*Corresponding author: ikhsan@untirta.ac.id

Abstrak: Kawasan Industri Halal Cikande (KIHC) di Banten dipromosikan sebagai Modern Halal Valley, pusat industri halal terintegrasi pertama dan terbesar di Indonesia, yang dirancang untuk menjadi poros halal global. Namun, di balik narasi megah itu, dari data tahun 2023, menunjukkan tingkat hunian hanya 19% dengan tiga UMKM beroperasi dari lahan 500 hektar yang direncanakan. Kesenjangan tajam antara klaim dan realitas ini bukan sekadar masalah teknis atau ekonomi, melainkan persoalan diskursif: bagaimana negara mengkonstruksi, mengelola, dan mengkomodifikasi makna halal untuk kepentingan politik dan akumulasi modal? Penelitian ini mengungkap bahwa pemberitaan KIHC yang diproduksi secara sistematis oleh Pemerintah Provinsi Banten melalui portal resmi, media sosial, dan siaran pers periode 2019 – 2024 bukanlah refleksi objektif atas realitas. Ia adalah medan pertarungan wacana di mana tiga kekuatan utama berkelindan: pertama, hibriditas sistem kapitalisme dan Islam yang berusaha menyelaraskan logika akumulasi modal dengan nilai-nilai etis syariah; kedua, politik halal sebagai strategi negara menggunakan otoritas keagamaan untuk legitimasi dan investasi; ketiga, komodifikasi religiositas yang mengubah simbol-simbol sakral (halal, syariah) menjadi merek dagang dengan nilai tukar. Dengan menggunakan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough yang membedah teks, praktik wacana, dan praktik sosial secara simultan penelitian ini menemukan bahwa narasi KIHC dibangun melalui strategi resignifikasi: kata-kata seperti syariah, halal, dan berkah dipadukan dengan metafora ekonomi seperti pusat global, kiblat industri, dan tatanan ekonomi baru. Di level praktik sosial, terungkap formasi triad agama negara kapital yang memproduksi legitimasi ganda: legitimasi moral dari simbol agama dan legitimasi ekonomi dari janji investasi. Namun, ironisnya, ketika diukur dengan kerangka normatif maqasid al-syari'ah yang menekankan keadilan (*al-adl*), kemaslahatan (*al-mashlahah*), keseimbangan (*al-tawazun*), dan keteraturan (*al-nizam*), narasi tersebut justru menunjukkan reduksi makna halal yang holistik menjadi sekadar standar teknis prosedural. Suara-suara tentang keadilan buruh, dampak ekologis, dan akses UMKM nyaris absen dalam pemberitaan. Kesimpulannya, KIHC bukanlah wujud transformasi otentik ekonomi syariah, melainkan bentuk kapitalisme berkedok Syariah yang dilegitimasi melalui mesin wacana negara. Penelitian ini menawarkan konsep *embedded criticality* sebagai pendekatan alternatif untuk mengkritik praktik komodifikasi agama dari dalam tradisi Islam, sekaligus mendorong pengembangan ekonomi syariah yang benar-benar berpihak pada kemaslahatan bersama---bukan sekadar pertumbuhan angka investasi.

Kata Kunci: Kawasan Industri Halal Cikande, kapitalisme syariah, komodifikasi religiositas, analisis wacana kritis, maqasid al-syari'ah.

Pendahuluan

Lanskap bahasan tentang halal pada dekade terakhir mengalami perubahan paradigma yang berarti, bahkan kalau boleh bilang, ini adalah pergeseran episteme dalam cara masyarakat Muslim memahami dan mempraktikkan ajaran agamanya di ruang publik. Awalnya halal terbatas pada bahasan ranah fikih konsumsi, sebuah diskursus yang relatif sempit dan hanya menyangkut hubungan individu dengan Tuhannya melalui makanan dan minuman yang dikonsumsi. Namun sekarang, halal telah menjelma menjadi industri raksasa dan bertransformasi menjadi masalah global yang kompleks, multidimensional, dan sarat muatan ekonomi-politik. Industri halal berkembang secara signifikan, ditandai dengan indikator belanja produk dan jasa halal konsumen Muslim global yang mencapai US\$2,02 triliun pada tahun 2019, dan melonjak menjadi US\$3,2 triliun pada tahun 2024 (DinarStandard, 2021; Asnawi, 2021). Angka ini bukan sekadar statistik dingin; ia mencerminkan bagaimana identitas religius telah menjadi basis pembentukan pasar raksasa yang diperebutkan oleh berbagai kekuatan global.

Faktor demografi turut mendukung perkembangan ini, yakni populasi Muslim dunia yang mencapai 1,9 miliar orang, serta perubahan sosio-kultural Muslim modern pola pikir dan perilaku yang mengkolaborasikan nilai-nilai religius dengan logika ekonomi pasar global (Hackett et al., 2025). Di sinilah letak perubahan fundamentalnya: identitas keislaman tidak lagi dijalankan semata-mata sebagai kewajiban spiritual yang bersifat personal, melainkan juga diekspresikan melalui pola konsumsi, gaya hidup, dan partisipasi dalam ekonomi global. Fenomena ini oleh para akademisi sering disebut sebagai kapitalisme syariah, sebuah istilah yang menggambarkan bagaimana logika pasar merangkul simbol-simbol keagamaan untuk menciptakan nilai tambah ekonomi.

Namun, penelitian ini memiliki asumsi kuat bahwa realitas di lapangan, khususnya di Kawasan Industri

Halal Cikande (KIHC), merupakan hibriditas kapitalisme dan sistem ekonomi Islam yakni sebuah sistem yang tidak murni Islami maupun murni kapitalis, melainkan hasil dari negosiasi, tarik-menarik, dan percampuran yang tidak selalu harmonis antara keduanya. Pada awalnya halal dianggap sebagai norma agama yang penerapannya bersifat terbatas dan tradisional; kini menjadi standar teknis komoditas global. Bergeaud-Blackler (2020) menyebutnya sebagai *halalization*, yakni pemisahan konsep halal yang normatif dan holistik menjadi standar yang bisa diukur, diverifikasi, dan diperdagangkan. *Halalization* mengubah konsep halal menjadi *brand* yang diperebutkan untuk dikelola oleh otoritas negara, pasar, dan otoritas keagamaan yang berdimensi ekonomi politik.

Dalam lanskap halal global, Indonesia memegang posisi yang sangat sentral. Dengan total populasi Muslim mencapai 249,82 juta jiwa atau 87% dari total populasinya yang sebesar 286,96 juta jiwa pada pertengahan 2025, Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia (Badan Pusat Statistik, 2025). Posisi ini menjadikan Indonesia bukan sekadar pasar konsumen yang potensial, tetapi juga aktor strategis dalam pembentukan tata kelola halal global. Berada di urutan keempat sebagai produsen produk dan jasa halal global sebelumnya masih di urutan kesepuluh industri halal Indonesia telah bertransformasi menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi domestik. Belanja makanan halal mencapai US\$173 miliar, farmasi halal US\$4,9 miliar, dan kosmetik halal US\$4,5 miliar (Ni'mah et al., 2025). Angka-angka ini menunjukkan bahwa Indonesia bukan lagi sekadar konsumen halal terbesar dunia, tetapi mulai menapaki jalur sebagai produsen.

Ekosistem halal di Indonesia diperkuat dengan berbagai kebijakan yang saling melengkapi. Pemerintah menetapkan tujuh bidang prioritas ekonomi halal, meliputi kuliner, wisata halal, *fashion*, kosmetika, farmasi halal, dan jasa keuangan syariah yang ditetapkan dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. Sistem sertifikasi halal juga diberlakukan secara wajib di seluruh Indonesia, diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), dengan panduan operasional masa transisi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021. Kebijakan ini bukan sekadar aturan teknis; ia adalah instrumen negara untuk mengendalikan makna dan praktik halal di ruang publik, sekaligus alat untuk menarik investasi asing yang ingin mengakses pasar Muslim Indonesia.

Dalam *masterplan* tersebut, Banten ditetapkan sebagai salah satu wilayah Kawasan Industri Halal, bertempat di Cikande, Kabupaten Serang. Pemilihan Banten bukan tanpa alasan. Secara historis, Banten memiliki kedekatan emosional dengan simbol-simbol keislaman, mengingat Kesultanan Banten pernah menjadi pusat penyebaran Islam di Nusantara. Selain itu, posisi geografis Banten yang berbatasan langsung dengan Jakarta dan memiliki akses ke pelabuhan internasional menjadikannya lokasi yang strategis untuk kawasan industri terpadu. Kawasan ini disebut Kawasan Industri Halal Cikande (KIHC) yang terintegrasi, menempati lahan seluas 100 hektar pada saat diresmikan pada tahun 2018, dengan rencana pengembangan hingga 500 hektar (Sari, 2019). Luas lahan yang direncanakan ini setara dengan 700 lapangan sepak bola memberikan gambaran tentang ambisi megaprojek ini.

Pada tahun 2023, Pemerintah Provinsi Banten melalui berbagai pemberitaan mengklaim bahwa kawasan ini telah menarik investasi serta menampilkan diversifikasi sektor industri halal yang meliputi makanan, minuman, kosmetik, dan farmasi (Kompas, 2024; Antara News, 2024). Namun, data dari Salaam Gateway (2023), sebuah lembaga riset ekonomi Islam global yang kredibel mengungkapkan fakta yang berbeda secara signifikan. Kawasan yang secara spesifik dipromosikan sebagai kawasan industri halal, yakni Modern Halal Valley yang terletak di dalam KIHC, hanya mencatatkan tingkat hunian 19% (95 dari 500 hektar) dengan hanya tiga perusahaan kecil dan menengah yang beroperasi. Temuan ini menunjukkan adanya jurang yang tajam (*gap*) antara narasi sukses yang dikonstruksikan pemerintah melalui media dan realitas di lapangan.

Refleksi Awal: Antara Narasi dan Fakta

Terbayang dalam pemberitaan tentang Modern Halal Valley sebagai pusat industri halal global pertama di Indonesia, kawasan yang digadang-gadang akan menjadi kiblat industri halal dunia, dengan investasi mengalir deras dan ribuan lapangan kerja tercipta. Terdapat gedung-gedung pabrik modern, truk kontainer lalu-lalang, hiruk-pikuk aktivitas industri yang menunjukkan kemajuan peradaban ekonomi berbasis syariah. tetapi dardi data yang ada: tingkat hunian 19%. Tiga UMKM beroperasi dari lahan 500 hektar. Hamparan tanah kosong yang seharusnya menjadi pabrik-pabrik raksasa.

Pertanyaan yang muncul bukanlah pertanyaan teknis tentang pemasaran atau kegagalan investasi. Pertanyaan yang muncul adalah pertanyaan yang jauh lebih dalam dan mengganggu: apa yang sebenarnya sedang terjadi di sini? Jika kita membaca pemberitaan dengan teliti, kita akan menemukan bahwa di balik narasi megah Modern Halal Valley, ada cerita lain yang tidak pernah diceritakan. Cerita tentang buruh-buruh yang bekerja di kawasan itu, yang mungkin menerima upah di bawah standar. Cerita tentang masyarakat lokal yang tanahnya mungkin terkena dampak pembangunan. Cerita tentang UMKM yang seharusnya menjadi tulang punggung ekonomi syariah tetapi justru terpinggirkan oleh logika investasi besar. Cerita-cerita ini tidak muncul dalam pemberitaan resmi. Cerita-cerita ini tidak fotogenik. Cerita-cerita ini tidak menarik investor.

Yang muncul dalam pemberitaan hanyalah narasi tunggal: KIHC adalah sukses, KIHC adalah masa depan, KIHC adalah wujud nyata ekonomi syariah yang modern dan berdaya saing global. Tidak ada ruang untuk keraguan. Tidak ada ruang untuk kritik. Tidak ada ruang untuk bertanya: Halal untuk siapa?

Kerangka Teoretis

1. Hibriditas Kapitalisme dan Sistem Ekonomi Islam

Merujuk kepada kerangka pemikiran yang dicetuskan oleh Rudnyckyj (2019) tentang kapital syariah, hibriditas sistem ekonomi kapitalis dan Islam dapat digunakan untuk menganalisis keberadaan KIHIC. Hibriditas kedua sistem tersebut adalah sistem nilai yang berupaya menyelaraskan sistem ekonomi Islam dengan mekanisme pasar modern. Namun, catatan kritisnya adalah hibriditas ini tidak terjadi secara organik atau alamiah, ia direkayasa, diproduksi, dan dilembagakan oleh negara melalui mesin wacananya. Rudnyckyj menjelaskan hal ini dalam studinya yang monumental tentang *Beyond Debt: Islamic Experiments in Global Finance*. Keuangan Islam pada hakikatnya bukan menolak kapitalisme, tetapi berupaya memadukan pasar bebas dengan nilai religius dan motif laba menjadi lebih beretika. Dalam prakteknya, muncul apa yang disebut dengan fenomena Islam pasar (*market Islam*) sebagai strategi umat Muslim dalam merespons dan beradaptasi dengan sistem ekonomi global (Murdan, 2011). Islam pasar adalah bentuk-bentuk baru ekspresi keagamaan hasil dari saling mempengaruhi antara agama dan kapitalisme.

Rudnyckyj (2019) secara tegas menunjukkan bahwa eksperimen keuangan Islam di Asia Tenggara bukanlah proyek perlawanan terhadap kapitalisme, melainkan upaya untuk menemukan jalan tengah yang etis di dalam sistem kapitalisme itu sendiri. Dengan kata lain, para aktor ekonomi syariah tidak keluar dari pasar global, tetapi berusaha meresapi pasar dengan nilai-nilai etis tertentu. Namun, penelitian ini berargumen bahwa dalam kasus KIHIC, hibriditas ini bukanlah hasil organik dari kesadaran kolektif masyarakat, melainkan rekayasa diskursif yang dilembagakan oleh negara. Kapitalisme hybrid dipahami sebagai dinamika kerangka moral yang tarik-menarik antara idealisme keagamaan dan tuntutan rasionalitas ekonomis (Anuar & Xin Ying, 2024).

Perspektif sejarah dari Rodinson (1974) dalam bukunya yang telah menjadi rujukan klasik, *Islam and Capitalism*, memperkuat analisis Rudnyckyj dengan menunjukkan bahwa doktrin Islam pada dasarnya netral dan elastis terhadap berbagai bentuk organisasi ekonomi. Menurut Rodinson, kegagalan dunia Islam pra-modern melahirkan kapitalisme industri bukan disebabkan oleh ajaran agama, melainkan oleh faktor-faktor struktural sosial-politik, seperti lemahnya negara-bangsa, kurangnya akumulasi modal awal, dan ketiadaan sistem hukum yang mendukung perusahaan modern. Rodinson (1974: 308) menegaskan bahwa Islam sebagai ideologi dan Islam sebagai sistem politik tidak menunjukkan kejutan yang lebih besar daripada hubungan antara ideologi-ideologi lain dan sistem-sistem politik lain. Dalam konteks KIHIC, tesis Rodinson relevan untuk memahami bahwa klaim syariah tidak secara inheren anti-kapitalis, melainkan dapat beradaptasi dan bahkan melegitimasi logika akumulasi modal, sebagaimana terlihat dalam narasi pemberitaan tentang KIHIC. Apa yang terjadi di Cikande adalah bentuk adaptasi paling mutakhir di mana etika Islam digunakan sebagai *branding* untuk menarik modal asing.

Teori lain yang mendukung pemikiran hibriditas kapitalisme dan Islam di antaranya datang dari Weber (2012) dalam karya klasiknya *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Weber mengatakan etika agama dapat menjadi motivasi produktivitas ekonomi, sebagaimana etika Protestan melahirkan semangat kapitalisme di Eropa. Konsep Weber sangat relevan dalam memahami semangat religius dalam ekonomi halal kontemporer, di mana etos kerja dan semangat kewirausahaan yang didorong oleh nilai-nilai keagamaan menjadi motor penggerak akumulasi modal. Di Indonesia, narasi kerja adalah ibadah sering digunakan untuk memotivasi produktivitas, dan narasi ini dengan mudah ditemukan dalam wacana promosi KIHIC.

Lebih lanjut, Ahmed (2026) dalam artikelnya di jurnal *Intellectual Discourse* membedakan secara tegas antara dua kemungkinan konfigurasi sistem ekonomi Islam. Pertama, kapitalisme Islam yang sempit, legalistik, dan sekadar fokus pada kepatuhan formal terhadap aturan syariah. Sistem ini, menurut Ahmed, akan menghasilkan dampak buruk terhadap lingkungan yang sama seperti sistem kapitalisme konvensional karena ia tetap mempertahankan logika *homo economicus* yang berorientasi pada maksimalisasi keuntungan dan akumulasi modal tanpa pertimbangan etis. Kedua, sistem ekonomi Islam yang lebih ideal disebutnya sebagai *insanisme* atau *humanisme* Islam, yang memperluas makna syariah untuk mencakup prinsip-prinsip legal-etis dan nilai-nilai *maqasid al-syariah*. Dalam sistem ini, aktor ekonomi adalah *homo islami-ethicus* yang bertindak sebagai khalifah, pemelihara lingkungan, dan penopang pembangunan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan distingsi Ahmed sebagai pisau analisis untuk menilai apakah KIHIC merepresentasikan kapitalisme Islam legalistik atau humanisme Islam substantif.

2. Politik Halal dan Peran Negara

Konsep politik halal merujuk pada strategi dan praktik negara dalam menggunakan otoritasnya untuk mengatur, mempromosikan, dan memonopoli makna "halal" sebagai instrumen legitimasi politik, pembangunan ekonomi, dan pencitraan daerah. Pratiknyo (2025) dalam analisisnya tentang transformasi hubungan Islam-negara di Indonesia mengajukan kerangka konseptual *State Islam* dan *Oppositional Islam* untuk menangkap dinamika yang melampaui dikotomi sekuler-religius konvensional. Temuan penting dari penelitian Pratiknyo adalah bahwa politik Islam telah mengalami artikulasi ulang yang struktural, bukan sekadar depolitisasi. Di era Jokowi, negara mengembangkan strategi defensif-kombinatif yang memadukan berbagai instrumentasi, termasuk teknokratisasi

agama melalui kebijakan sertifikasi halal. Sementara di era Prabowo, strategi ini beralih ke arah kooptasi yang lebih proaktif dengan melibatkan aktor-aktor kunci Islam ke dalam koalisi pemerintah.

Dalam konteks KIHIC, politik halal mencakup tiga spektrum yang saling terkait. Pertama, politik identitas, yaitu pencitraan Banten sebagai pemimpin industri halal yang modern dan religius, yang sekaligus berfungsi untuk memperkuat identitas kolektif masyarakat Banten sebagai masyarakat yang taat beragama namun tetap progresif. Kedua, politik ekonomi, yaitu menjadikan label syariah dan halal sebagai daya tarik investasi, di mana setiap rupiah investasi yang masuk dibingkai sebagai investasi yang diridhai Allah. Ketiga, politik agama, yaitu monopoli peran, definisi, dan pengawasan standar halal melalui negara, yang pada gilirannya melemahkan otoritas keagamaan non-negara seperti ulama dan ormas Islam.

Saefullah et al. (2025) dalam penelitian tentang integrasi prinsip moderasi beragama (*wasatiyyah*) dan kemaslahatan (*maslahah*) dalam tata kelola halal di Indonesia menemukan bahwa moderasi beragama secara konseptual diakui namun secara struktural terfragmentasi akibat inefisiensi birokrasi, koordinasi kebijakan yang inkonsisten, serta keterbatasan akses bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa negara, meskipun memiliki ambisi besar dalam mengelola halal, seringkali gagal dalam implementasi yang inklusif dan berkeadilan.

3. Komodifikasi Religiositas

Komodifikasi religiositas adalah proses transformasi nilai, simbol, atau praktik keagamaan menjadi komoditas yang dapat diperdagangkan, dikonsumsi, atau dijadikan alat pemasaran dan daya tarik investasi. Kitiarsa (2008) mendefinisikan komodifikasi agama sebagai proses di mana praktik-praktik keagamaan, simbol-simbol, dan nilai-nilai spiritual diubah menjadi barang yang dapat dibeli, dijual, dan dikonsumsi di pasar. Dalam pandangan Kitiarsa, komodifikasi bukanlah fenomena yang sepenuhnya negatif; ia bisa menjadi medium bagi agama untuk bertahan di era modern. Namun, risiko terbesarnya adalah pengosongan makna spiritual (*spiritual emptiness*) di mana simbol agama kehilangan kekuatan transformatifnya dan hanya menjadi ornamen permukaan.

Shirazi (2016) dalam *Brand Islam: The Marketing and Commodification of Piety* menunjukkan bagaimana label halal dan Islam tidak hanya digunakan untuk makanan dan produk konsumsi, tetapi juga merambah ke berbagai komoditas seperti mainan anak-anak hingga produk kecantikan. Shirazi menunjukkan bahwa fenomena ini muncul tidak hanya karena tuntutan pasar, tetapi juga sebagai respons psiko-sosial terhadap meningkatnya Islamofobia pasca 11 September 2001 yang mendorong umat Muslim mencari keamanan identitas dengan mengonsumsi produk-produk berlabel Islam. Di Indonesia, meskipun latar belakang Islamofobia tidak sekuat di Barat, dinamika konsumsi identitas tetap kuat karena adanya persaingan politik identitas di tingkat nasional.

Dalam konteks KIHIC, komodifikasi terjadi ketika makna spiritual halal direduksi menjadi merek dagang (*brand*) dan instrumen ekonomi-politik. Ahmad et al. (2026b) menemukan tiga mekanisme utama komodifikasi dalam wacana pemerintah tentang KIHIC: resignifikasi simbol-simbol agama menjadi alat *branding* komersial; konversi modal simbolik religius menjadi modal ekonomi; dan produksi narasi futuristik yang memosisikan KIHIC sebagai pusat otoritas moral-ekonomis. Mekanisme ini beroperasi secara bersamaan untuk menciptakan efek yang disebut oleh peneliti sebagai *discursive enclosure*, di mana ruang publik dipenuhi oleh narasi tunggal yang menguntungkan negara dan kapital, sementara suara-suara kritis tersingkirkan.

4. Maqasid al-Syari'ah sebagai Kerangka Normatif

Maqasid al-Syari'ah adalah tujuan utama syariah Islam yang menekankan keadilan (*al-'adl*), kemaslahatan (*al-mashlahah*), keseimbangan (*al-tawazun*), dan keteraturan (*al-nizam*). Auda (2007) dalam *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach* mengembangkan pendekatan sistem dalam memahami maqasid, yang tidak hanya melihat tujuan-tujuan normatif tetapi juga bagaimana tujuan-tujuan tersebut diimplementasikan dalam konteks sosial yang dinamis. Auda menekankan bahwa maqasid bersifat holistik; ia tidak bisa dipahami secara parsial. Keadilan, misalnya, tidak bisa dicapai tanpa kemaslahatan, dan keseimbangan tidak mungkin terwujud tanpa keteraturan. Kerangka ini digunakan sebagai pisau bedah normatif untuk mengevaluasi keselarasan antara praktik industri halal di KIHIC dengan nilai-nilai substantif ekonomi Islam.

Al-Malk dan Temimi (2025) memberikan peringatan kritis tentang penerapan model ekonomi terhadap prinsip-prinsip keagamaan Islam. Mereka mengkritik bahwa penggunaan model ekonomi pada Islam seringkali menghasilkan interpretasi reduksionis yang mengikis esensi spiritual agama dengan mereduksi pengalaman religius yang kompleks menjadi sekadar motivasi materialistis. Kritik epistemologis ini sangat relevan bagi penelitian ini karena menyediakan pisau bedah untuk mempertanyakan apakah narasi pembangunan KIHIC yang sarat dengan metafora ekonomi-pasar tidak pada gilirannya telah mereduksi makna halal dan syariah menjadi sekadar nilai tukar komoditas.

5. Analisis Wacana Kritis Model Fairclough

Penelitian ini menggunakan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough sebagai metode

utama untuk membedah konstruksi makna dalam narasi media. Model tiga dimensinya memungkinkan analisis yang tidak hanya berhenti pada apa yang tertulis di teks, tetapi juga menggali siapa di balik produksi teks tersebut, kepentingan apa yang diusung, dan bagaimana teks tersebut berhubungan dengan struktur kekuasaan yang lebih luas. Fairclough (1989, 1995) mengembangkan model tiga dimensi yang menganalisis wacana sebagai: (1) teks (analisis linguistik terhadap pilihan kata, metafora, dan struktur wacana); (2) praktik wacana (analisis produksi, distribusi, dan konsumsi teks); dan (3) praktik sosial (analisis hubungan wacana dengan struktur kekuasaan, ideologi, dan relasi sosial yang lebih luas) (Fairclough, 1989; Riyanti, 2021).

Model Fairclough memungkinkan analisis yang tidak hanya berhenti pada permukaan teks, tetapi juga menggali proses produksi wacana dan konteks sosial yang lebih luas di mana wacana tersebut diproduksi dan dikonsumsi (Fairclough, 1995). Dalam konteks KIHIC, model ini digunakan untuk mengungkap bagaimana narasi pemberitaan yang diproduksi oleh Pemerintah Provinsi Banten tidak hanya merepresentasikan realitas tetapi juga secara aktif mengkonstruksi dan membatasinya, serta melayani kepentingan-kepentingan tertentu. Fairclough juga memperkenalkan konsep *orders of discourse*, yaitu keseluruhan praktik wacana dalam suatu domain sosial. Dalam kasus KIHIC, *order of discourse* industri halal didominasi oleh suara negara dan korporasi, sementara suara masyarakat sipil dan pekerja nyaris tidak terdengar.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-kritis dengan metode Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik masalah dalam kajiannya: fenomena yang kompleks, dinamis, sarat makna, dan tidak dapat direduksi ke dalam pengukuran kuantitatif. Pendekatan ini mampu membawa penelitian pada hasil kajian yang menggambarkan realitas wacana sebagaimana adanya sekaligus melakukan pembedahan mendalam untuk mengkritisi realitas tersebut dengan menggunakan pisau analisis kerangka teori kapitalisme syariah dan prinsip Maqasid al-Syari'ah.

1. Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini dikategorikan ke dalam dua jenis: data primer dan data sekunder. Data Primer terdiri dari korpus teks media, yakni kumpulan teks-teks media periode 2019--2024 yang membahas atau mempromosikan KIHIC pada portal berita resmi Pemerintah Provinsi Banten (bantenprov.go.id), akun media sosial resmi (Instagram, Facebook, Twitter/X @bantenprov), serta brosur, pamflet, dan video *company profile* KIHIC. Korpus ini berjumlah lebih dari 50 teks yang dianalisis secara mendalam. Pemilihan media didasarkan pada pertimbangan representasi tiga level wacana: media resmi pemerintah (portal Bantenprov), media nasional (Kompas dan tvOneNews), dan media lokal (Antara Banten dan Bantennews).

Data Sekunder meliputi: (1) dokumen kebijakan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021, dan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024; (2) laporan dan publikasi dari lembaga seperti DinarStandard dan Salaam Gateway; (3) kajian akademik berupa artikel jurnal, buku, dan disertasi yang relevan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi, yakni pengumpulan data primer meliputi teks media dan seluruh data sekunder. Korpus teks media dikumpulkan melalui *web scraping* dan manual menggunakan kata kunci: "Kawasan Industri Halal Cikande", "KIHIC", Banten halal valley, dan industri halal Banten.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan mengikuti model tiga dimensi Fairclough yang diintegrasikan dengan perspektif kerangka teoritis kapitalisme syariah dan prinsip Maqasid al-Syari'ah. Tahap 1: Analisis Teks (Deskripsi). Korpus teks media dianalisis secara linguistik dengan fokus pada pilihan kata (leksikon), metafora, struktur kalimat, dan representasi. Peneliti mengidentifikasi bagaimana kata kunci seperti syariah, halal, modern, berdaya saing global, investasi, dan maqasid digunakan dan dihubungkan untuk membangun citra tertentu tentang KIHIC. Tahap 2: Analisis Praktik Wacana (Interpretasi). Tahap ini menghubungkan teks dengan proses sosial di balik produksi dan konsumsinya. Aspek yang dianalisis meliputi: (a) produksi: siapa produsen teksnya (Pemprov Banten), dengan kepentingan dan tujuan apa (menarik investasi, membangun legitimasi politik), dalam konteks institusional apa (implementasi MEKSI); (b) konsumsi: bagaimana teks tersebut mungkin ditafsirkan oleh khalayak (investor, masyarakat). Tahap 3: Analisis Praktik Sosial (Eksplanasi). Pada level ini, analisis paling kritis dilakukan untuk menghubungkan wacana dengan struktur kekuasaan dan ideologi yang lebih luas. Dengan menggunakan kerangka teori kapitalisme syariah dan kerangka normatif Maqasid al-Syari'ah, pertanyaan penelitian dijawab: bagaimana wacana tersebut mereproduksi atau menyembunyikan logika kapitalisme syariah;

bagaimana praktik komodifikasi religiositas terjadi dan apa implikasinya terhadap makna sakralitas halal; di mana letak ketegangan antara klaim pemenuhan maqasid dengan realitas akumulasi kapital yang terungkap dalam wacana.

4. Validitas Data

Peneliti menggunakan triangulasi sumber (membandingkan data teks media dan dokumen kebijakan) dan triangulasi teori (menggunakan perspektif yang berbeda, teori kapitalisme syariah, analisis wacana kritis, dan maqasid untuk menganalisis objek yang sama) untuk memastikan validitas data.

Hasil dan Pembahasan

1. Representasi Hibriditas dalam Narasi Pemberitaan KIHC

Analisis terhadap korpus teks media periode 2019--2024 mengungkapkan bahwa narasi pemberitaan KIHC secara sistematis membangun representasi hibriditas antara sistem ekonomi kapitalis dan nilai-nilai Islam. Strategi diskursif utama yang digunakan adalah resignifikasi proses pemberian makna baru pada simbol-simbol keagamaan dalam kerangka ekonomi pasar. Proses resignifikasi ini terjadi secara halus tetapi terus menerus, sehingga lama-kelamaan masyarakat menerima makna baru tersebut sebagai sesuatu yang wajar dan tidak perlu dipertanyakan.

Dalam pemberitaan yang diproduksi oleh tvOneNews (2021), Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita secara resmi memberi julukan kepada KIHC sebagai *Halal Modern Valley* dan menyatakannya sebagai klaster industri halal terintegrasi pertama dan terbesar se-Indonesia dengan luas mencapai 500 hektare. Kawasan ini didesain dengan sistem dan fasilitas untuk mengembangkan industri yang memproduksi produk halal sesuai prinsip syariah dan ditargetkan menjadi hub halal internasional. Pada level teks, terjadi pencampuran leksikon agama (halal, prinsip syariah) dengan metafora ekonomi-modern (Modern Valley, hub internasional). Penggunaan kata valley yang mengasosiasikan kawasan dengan *Silicon Valley* bukanlah kebetulan. Ini adalah strategi wacana untuk membangun imaji modernitas, inovasi, dan daya saing global pada sebuah kawasan industri yang secara fisik baru menempati 19% dari luas yang direncanakan.

Apa arti prinsip syariah dalam konteks pemberitaan tersebut? Jika kita bedah secara linguistik lebih dalam, frasa prinsip Syariah dalam pemberitaan tersebut berfungsi sebagai modal simbolik (Bourdieu, 1986) yang memberikan legitimasi moral pada proyek ekonomi. Istilah syariah biasanya membawa konotasi keadilan, kebenaran, dan kepatuhan pada perintah Tuhan. Dengan menempelkan kata ini pada kawasan industri, pemerintah hendak menyampaikan pesan: berinvestasi di sini bukan hanya menguntungkan secara material, tetapi juga bernilai pahala dan sesuai dengan ajaran agama. Namun, dalam praktik wacana, prinsip syariah tidak pernah didefinisikan secara operasional. Apakah ia mencakup kewajiban membayar upah buruh yang adil? Apakah ia mencakup perlindungan lingkungan? Apakah ia mencakup larangan eksploitasi? Tidak ada penjelasan. Dengan kata lain, prinsip Syariah menjadi *empty signifier*, sebuah tanda kosong yang bisa diisi dengan makna apa pun yang menguntungkan pemilik wacana.

Pemberitaan dari Kompas (2024) semakin memperkuat konstruksi hibriditas ini. Penjabat Gubernur Banten meluncurkan KIH Modern Cikande dengan optimisme bahwa industri halal akan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi baru. Berbagai kebijakan strategis terus digalakkan untuk menarik investasi dari pelaku industri halal. Kawasan seluas 500 hektar ini akan menjadi pusat ekosistem produk halal, terutama dalam hal hilirisasi, dengan produk halal disebut sebagai "tatanan ekonomi baru" yang berkembang pesat di berbagai negara. Frasa "tatanan ekonomi baru" adalah metafora yang mengandung makna transformasi struktural, seolah-olah KIHC bukan sekadar kawasan industri biasa, melainkan sebuah proyek peradaban ekonomi baru yang menggabungkan spiritualitas dan modernitas. Dalam analisis Fairclough, metafora seperti ini berfungsi sebagai *ideological-discursive formation* yang membentuk cara pandang publik terhadap realitas. Dengan menyebutnya sebagai "tatanan baru", pemerintah mengimplikasikan bahwa tidak ada alternatif lain selain mengikuti arus ini.

Di sinilah hibriditas kapitalisme dan Islam dioperasionalkan secara diskursif. Prinsip Syariah dan nilai religius yang seharusnya menjadi identitas dan landasan etis telah direduksi menjadi sekadar pendukung dan potensi ekonomi. Agama tidak lagi menjadi tujuan, tetapi instrumen. Inilah yang oleh Bergeaud-Blackler (2020) disebut sebagai *halalization*: pemisahan konsep halal yang normatif dan holistik menjadi standar yang bisa diukur, diverifikasi, dan diperdagangkan. Dalam pemberitaan KIHC, halal tidak lagi dipahami sebagai kewajiban spiritual yang mencakup dimensi etis, sosial, dan ekologis, melainkan sebagai *brand* yang memiliki nilai tukar di pasar global.

Analisis pada level praktik wacana mengungkapkan bahwa produksi narasi ini bukanlah proses yang netral. Teks-teks tersebut diproduksi oleh Pemerintah Provinsi Banten melalui berbagai kanal resmi dengan kepentingan yang jelas: menarik investasi domestik dan internasional, membangun citra Banten sebagai provinsi progresif dan visioner dalam aspek ekonomi syariah, serta memperoleh legitimasi politik di tingkat nasional (terutama menjelang pemilihan kepala daerah). Strategi komunikasi yang dikembangkan bertujuan menarik minat investor

melalui pencitraan Banten yang progresif dan visioner dalam aspek ekonomi syariah. Dengan kata lain, narasi hibriditas yang dibangun bukanlah cerminan dari realitas ekonomi yang sudah terjadi, melainkan sebuah performansi tindakan berbahasa yang sekaligus berusaha mewujudkan apa yang diucapkannya. Konsep performativitas bahasa dari Austin (1962) relevan di sini: ketika pemerintah mengatakan ini adalah pusat halal global, ia secara tidak langsung sedang berusaha menjadikannya kenyataan melalui kekuatan kata-kata.

2. Refleksi Kritis: Ketika Narasi Berbenturan dengan Fakta

Berita tentang Modern Halal Valley yang digadang-gadang sebagai pusat industri halal global, tentu akan terbayang berimplikasi terhadap investasi yang mengalir deras, ribuan lapangan kerja yang tercipta, dan kebangkitan ekonomi syariah di Banten. Tetapi data dari Salaam Gateway (2023): tingkat hunian 19%, tiga UMKM beroperasi dari 500 hektar lahan yang direncanakan. Yang terlihat bukanlah gedung-gedung pabrik yang menjulang, bukan hiruk-pikuk truk kontainer, bukan aktivitas industri yang menggambarkan kemajuan. Pertanyaan yang muncul bukanlah pertanyaan teknis: Mengapa investasi belum masuk? atau Apa strategi pemasaran yang salah? Pertanyaan yang muncul adalah pertanyaan yang jauh lebih dalam dan mengganggu: di mana letak modernnya? di mana syariahnya? Dan pertanyaan yang lebih penting lagi: untuk siapa sebenarnya kawasan ini dibangun?

Kesenjangan antara narasi media dan realitas bukanlah sekadar masalah teknis atau kegagalan pemasaran. Ini adalah persoalan yang jauh lebih dalam: bagaimana negara menggunakan simbol-simbol agama untuk menutupi ketimpangan struktural, bagaimana narasi pembangunan yang progresif seringkali hanya menjadi bungkus untuk logika akumulasi modal yang tidak berkeadilan. Pertanyaan ini menjadi semakin penting ketika kita menyadari bahwa di balik narasi megah tentang kawasan syariah, ada realitas sosial yang mungkin sangat berbeda. Ada buruh-buruh yang bekerja di kawasan itu dengan upah yang mungkin tidak layak. Ada masyarakat lokal yang tanahnya mungkin terkena dampak pembangunan tanpa kompensasi yang adil. Ada UMKM yang seharusnya menjadi tulang punggung ekonomi syariah tetapi justru terpinggirkan oleh logika investasi besar. Ada suara-suara yang tidak pernah terdengar dalam pemberitaan resmi.

Inilah jurang antara *das sollen* (apa yang seharusnya) dan *das sein* (apa yang nyata) dalam proyek KIHIC. Secara normatif, KIHIC seharusnya menjadi wujud nyata ekonomi syariah yang berkeadilan, yang berpihak pada kemaslahatan bersama. Secara faktual, yang terjadi adalah narasi yang megah namun realitas yang timpang.

3. Komodifikasi Religiositas dalam Wacana Media

Temuan kedua dari penelitian ini adalah praktik komodifikasi religiositas yang berlangsung secara sistematis dalam pemberitaan KIHIC. Komodifikasi, dalam pengertian Kitiarsa (2008), adalah proses di mana nilai-nilai spiritual diubah menjadi komoditas yang dapat diperdagangkan. Dalam konteks KIHIC, aktor utamanya bukanlah pasar atau komunitas agama, melainkan negara. Pemerintah Provinsi Banten, dalam berbagai media pemberitaan, secara aktif mengkomodifikasi simbol-simbol keislaman seperti label halal dan syariah menjadi merek dagang untuk menarik investasi dan membangun citra daerah. Analisis pada level teks menunjukkan tiga mekanisme utama komodifikasi yang berlangsung, sebagaimana diidentifikasi oleh Ahmad et al. (2026b).

Pertama, resignifikasi simbol-simbol agama menjadi alat branding komersial. Kata halal yang semestinya merujuk pada status kehalalan suatu produk berdasarkan ketentuan syariah, dalam pemberitaan KIHIC diubah menjadi *brand* yang menandakan kualitas, modernitas, dan daya saing global. Halal tidak lagi sekadar *permitted* atau *lawful*, melainkan menjadi premium global, dan *futuristic*. Ini adalah pergeseran makna yang fundamental: dari kategori hukum agama menjadi nilai tambah ekonomi.

Kedua, konversi modal simbolik religius menjadi modal ekonomi. Bourdieu (1986) membedakan antara modal ekonomi (uang, properti), modal sosial (jaringan), dan modal simbolik (prestise, legitimasi). Dalam pemberitaan KIHIC, modal simbolik yang melekat pada kata Syariah dan halal yakni legitimasi moral dan kepercayaan publik dikonversi menjadi modal ekonomi dalam bentuk investasi yang masuk. Pemberitaan tvOneNews (2021) yang mengklaim KIHIC sebagai klaster industri halal terintegrasi pertama dan terbesar se-Indonesia adalah upaya untuk mengkonversi legitimasi religius menjadi daya tarik ekonomi. Semakin kuat klaim keislaman suatu kawasan, semakin besar pula potensi investasi yang dapat ditarik. Dalam istilah ekonomi, ini adalah *brand equity* nilai tambah yang muncul dari nama atau simbol, yang dalam kasus ini adalah nama halal dan syariah.

Ketiga, produksi narasi futuristik yang memosisikan KIHIC sebagai pusat otoritas moral-ekonomis. Pemberitaan tidak hanya berbicara tentang apa yang sudah ada, tetapi juga tentang apa yang akan datang. Frasa seperti poros halal global, kiblat industri halal, dan tatanan ekonomi baru adalah narasi futuristik yang membangun imaji tentang masa depan di mana KIHIC menjadi pusat otoritas tidak hanya dalam hal ekonomi tetapi juga dalam hal moral dan spiritual. Narasi futuristik ini berfungsi sebagai *self-fulfilling prophecy*, semakin sering diucapkan, semakin besar kemungkinan untuk diwujudkan, atau setidaknya dipercaya. Dalam analisis Fairclough, narasi futuristik semacam ini menciptakan *discourse of inevitability*, wacana yang membuat masyarakat merasa bahwa proyek tersebut tidak bisa dihindari dan harus didukung.

Pada level praktik sosial, komodifikasi religiositas dalam KIHIC terkait erat dengan apa yang disebut Pratiknyo (2025) sebagai State Islam strategi negara dalam menggunakan otoritas keagamaan untuk kepentingan politik dan ekonomi. Negara, dalam hal ini Pemerintah Provinsi Banten, tidak hanya menjadi regulator tetapi juga menjadi produsen utama wacana keagamaan. Melalui pemberitaan resmi, negara mendefinisikan apa itu halal, apa itu syariah, dan bagaimana keduanya harus dipahami dalam konteks pembangunan ekonomi. Monopoli definisi ini adalah bentuk kekuasaan yang paling halus namun paling efektif: kekuasaan untuk menentukan makna. Foucault (1977) menyebut ini sebagai *power/knowledge*, pengetahuan tidak pernah netral tetapi selalu terikat dengan kepentingan kekuasaan.

4. Ketegangan antara Maqāṣid al-Syari'ah dan Logika Kapitalistik

Temuan paling kritis dari penelitian ini adalah ketegangan antara klaim normatif Maqāṣid al-Syari'ah dan realitas logika kapitalistik yang terungkap dalam wacana pemberitaan KIHIC. Ketika narasi pemberitaan dievaluasi dengan kerangka Maqāṣid al-Syari'ah yang menekankan keadilan (*al-'adl*), kemaslahatan (*al-mashlahah*), keseimbangan (*al-tawazun*), dan keteraturan (*al-nizam*), ditemukan adanya reduksi makna halal yang holistik menjadi sekadar standar teknis prosedural.

Keadilan (*al-'adl*). Dalam pemberitaan KIHIC, isu keadilan nyaris tidak tersentuh. Tidak ada diskusi tentang bagaimana kawasan industri ini mempengaruhi kesejahteraan masyarakat sekitar, bagaimana akses UMKM terhadap kawasan tersebut, atau bagaimana distribusi keuntungan dari investasi yang masuk. Padahal, keadilan adalah salah satu tujuan tertinggi syariah. Sebagaimana ditegaskan oleh Auda (2007), keadilan bukan sekadar nilai tambah tetapi merupakan esensi dari keseluruhan proyek syariah. Dalam pemberitaan yang dianalisis, kata keadilan sama sekali tidak muncul. Yang muncul adalah kata-kata seperti investasi, pertumbuhan, dan daya saing, kata-kata yang merepresentasikan logika akumulasi modal, bukan logika keadilan distributif.

Kemaslahatan (*al-mashlahah*). Kemaslahatan dalam pengertian syariah mencakup kebaikan untuk masyarakat, nyaris tidak tersentuh. Padahal, sebagaimana diperingatkan oleh Al-Malk dan Temimi (2025), penerapan model ekonomi terhadap prinsip-prinsip keagamaan seringkali menghasilkan interpretasi reduksionis yang mengabaikan fondasi teologis dan dimensi kesejahteraan yang telah lama mendarah daging dalam studi maqasid. Keseimbangan (*al-tawazun*). Pemberitaan KIHIC dibangun di atas narasi pertumbuhan tanpa batas. Kawasan seluas 500 hektar, target menjadi hub global, investasi yang terus meningkat---semua ini adalah narasi ekspansi tanpa akhir. Namun, dalam perspektif maqasid, keseimbangan adalah prinsip fundamental. Ekonomi Islam tidak mengenal pertumbuhan tanpa batas; ia mengenal keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual, antara kepentingan individu dan kolektif, antara generasi sekarang dan masa depan. Narasi pemberitaan KIHIC justru mengabaikan keseimbangan ini dan menggantinya dengan logika akumulasi yang tak pernah puas. Dalam bahasa Al-Qur'an, Allah berfirman, "Dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan" (QS. Al-An'am: 141). Logika pertumbuhan tak terbatas jelas bertentangan dengan semangat ayat ini.

Keteraturan (*al-nizam*). Ironisnya, meskipun pemberitaan KIHIC sarat dengan narasi keteraturan dan modernitas, data dari Salaam Gateway (2023) menunjukkan bahwa tingkat hunian kawasan hanya 19%---sebuah realitas yang sangat tidak teratur jika dibandingkan dengan klaim sebagai "klaster industri halal terintegrasi pertama dan terbesar se-Indonesia". Kesenjangan antara narasi dan realitas ini adalah bentuk ketidakteraturan yang paling fundamental: ketidakteraturan antara apa yang dikatakan dan apa yang terjadi.

Ahmed (2026) membedakan antara kapitalisme Islam yang sempit dan legalistik dengan humanisme Islam yang substantif. KIHIC, berdasarkan temuan penelitian ini, lebih mendekati kapitalisme Islam daripada humanisme Islam. Ia memenuhi standar teknis dan procedural, ada kawasan, ada regulasi, ada label halal tetapi ia belum mewujudkan nilai-nilai inti syariah seperti keadilan, kemaslahatan, keseimbangan, dan keteraturan dalam arti yang substantif. Dengan kata lain, KIHIC adalah kapitalisme berkedok Syariah, sebuah sistem yang secara formal mengklaim syariah tetapi secara substantif masih terjebak dalam logika kapitalisme konvensional.

5. Triad Agama-Negara-Kapital dan Legitimasi Ganda

Pada level praktik sosial, penelitian ini mengungkap terbentuknya apa yang disebut sebagai triad agama-negara-kapital, sebuah formasi kekuasaan di mana agama, negara, dan kapital saling memperkuat dan melegitimasi satu sama lain. Negara (Pemerintah Provinsi Banten) menggunakan simbol-simbol agama (halal, syariah) untuk menarik kapital (investasi). Kapital, pada gilirannya, memberikan legitimasi ekonomi kepada negara melalui janji pertumbuhan dan pembangunan. Agama, melalui otoritas keagamaan yang dipegang oleh negara, memberikan legitimasi moral kepada proyek-proyek kapitalis.

Formasi ini memproduksi apa yang disebut Ahmad et al. (2026a) sebagai legitimasi ganda: legitimasi moral melalui simbol-simbol agama dan legitimasi ekonomi melalui janji investasi. Legitimasi ganda ini menjadikan proyek KIHIC sulit untuk dikritik mengkritik KIHIC berarti mengkritik pembangunan ekonomi sekaligus mengkritik agama. Inilah kekuatan wacana hegemonik yang diproduksi oleh negara melalui media: ia menutup ruang untuk kritik dengan membungkai setiap pertanyaan sebagai serangan terhadap agama dan pembangunan

sekaligus. Dalam konsep Gramsci (1971), ini adalah hegemoni, dominasi tidak hanya melalui kekerasan fisik tetapi melalui kepemimpinan moral dan intelektual. Negara berhasil membuat masyarakat secara sukarela menerima narasi pembangunan yang menguntungkan elite.

Namun, di balik legitimasi ganda ini, terdapat suara-suara yang hilang (*absent voices*). Suara tentang keadilan buruh yang bekerja di kawasan industri, suara tentang dampak ekologis dari pembangunan industri skala besar, suara tentang akses UMKM terhadap ekosistem halal yang diklaim inklusif semua suara ini nyaris absen dalam pemberitaan. Absennya suara-suara ini bukanlah kebetulan; ia adalah bagian dari strategi wacana yang secara selektif menampilkan realitas tertentu dan menyembunyikan realitas lainnya. Dalam perspektif Fairclough (1995), apa yang tidak dikatakan dalam teks seringkali lebih penting daripada apa yang dikatakan. Ketidadaan diskusi tentang upah buruh, dampak limbah industri, dan penggusuran lahan pertanian menunjukkan bahwa narasi KIHIC adalah narasi eksklusif yang hanya melayani kepentingan modal dan negara, bukan kepentingan rakyat banyak.

6. Refleksi Akhir: Untuk Siapa Halal?

Di sinilah kita sampai pada pertanyaan paling mendasar dari seluruh penelitian ini: halal untuk siapa? Apakah halal hanya untuk memastikan bahwa makanan yang kita makan tidak mengandung babi dan alkohol? Apakah halal hanya untuk memastikan bahwa produk yang kita gunakan memiliki sertifikat dari MUI? Atau apakah halal memiliki makna yang lebih dalam, yang mencakup keadilan, kemaslahatan, keseimbangan, dan keteraturan? Jika kita merujuk pada Maqasid al-Syari'ah, jawabannya jelas: halal bukan sekadar status hukum, melainkan kerangka etis yang komprehensif. Halal mencakup keadilan bagi buruh, keberlanjutan bagi lingkungan, kemaslahatan bagi masyarakat, dan keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual. Pertanyaannya kemudian: apakah KIHIC, dengan segala narasi dan praktiknya, telah mewujudkan halal dalam makna yang seluas ini? Ataukah ia hanya menggunakan label halal sebagai bungkus untuk logika kapitalis yang eksploitatif?

Data berbicara. Tingkat hunian 19%, tiga UMKM beroperasi dari 500 hektar, narasi megah yang tidak sebanding dengan realitas semua ini menunjukkan bahwa KIHIC adalah contoh nyata dari apa yang saya sebut sebagai kapitalisme berkedok syariah. Ini bukan kritik terhadap ekonomi syariah sebagai sistem. Ini adalah kritik terhadap cara negara mengompromikan nilai-nilai syariah demi kepentingan akumulasi modal. Ini adalah kritik terhadap cara negara menggunakan simbol-simbol agama untuk menutupi ketimpangan struktural. Ini adalah kritik terhadap cara narasi pembangunan yang progresif seringkali hanya menjadi bungkus untuk logika kekuasaan yang tidak berkeadilan.

Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji narasi pemberitaan Kawasan Industri Halal Cikande (KIHIC) periode 2019--2024 melalui lensa Analisis Wacana Kritis model Fairclough, dengan mengintegrasikan kerangka teori kapitalisme syariah dan prinsip Maqasid al-Syari'ah. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, tiga kesimpulan utama dapat ditarik.

Pertama, narasi pemberitaan KIHIC dibangun melalui strategi resignifikasi yang memadukan leksikon agama (halal, syariah, berkah) dengan metafora ekonomi-modern (Modern Valley, pusat global, kiblat industri, tatanan ekonomi baru). Strategi ini mengoperasionalkan hibriditas kapitalisme dan Islam pada level diskursif, di mana nilai-nilai keagamaan direduksi menjadi instrumen untuk menarik investasi dan membangun citra. Di level praktik wacana, produksi narasi ini didorong oleh kepentingan Pemerintah Provinsi Banten untuk memperoleh legitimasi politik dan ekonomi, sekaligus membangun citra Banten sebagai provinsi progresif dalam ekonomi syariah. Temuan ini memperkuat tesis Rudnyckj (2019) tentang kapital syariah, namun dengan tambahan penting bahwa negara adalah aktor sentral yang tidak boleh diabaikan dalam analisis hibriditas ekonomi-agama di Indonesia. Hibriditas yang terjadi di KIHIC bukanlah hibriditas organik yang lahir dari kesadaran kolektif masyarakat, melainkan hibriditas yang direayasa dan diproduksi oleh mesin wacana negara untuk kepentingan akumulasi modal.

Kedua, praktik komodifikasi religiositas berlangsung secara sistematis melalui tiga mekanisme: resignifikasi simbol-simbol agama menjadi alat branding komersial, konversi modal simbolik religius menjadi modal ekonomi, dan produksi narasi futuristik yang memosisikan KIHIC sebagai pusat otoritas moral-ekonomis. Komodifikasi ini menggeser makna halal dari ranah spiritual ke ranah ekonomi-politik, di mana "halal" tidak lagi dipahami sebagai kewajiban etis melainkan sebagai *brand* yang memiliki nilai tukar di pasar global. Proses ini menunjukkan bahwa agama tidak lagi menjadi tujuan akhir (*ultimate end*), melainkan alat untuk mencapai tujuan ekonomi yang sekuler.

Ketiga, ketika narasi pemberitaan dievaluasi dengan kerangka normatif Maqasid al-Syari'ah yang menekankan keadilan (*al-'adl*), kemaslahatan (*al-mashlahah*), keseimbangan (*al-tawazun*), dan keteraturan (*al-nizam*), ditemukan ketegangan yang signifikan. Narasi KIHIC lebih mencerminkan kapitalisme Islam yang sempit dan legalistik---yang berfokus pada kepatuhan formal terhadap aturan Syariah daripada humanisme Islam yang substantif yang memperluas makna syariah untuk mencakup prinsip-prinsip keadilan, kesejahteraan, dan

keberlanjutan. Suara-suara tentang keadilan buruh, dampak ekologis, dan akses UMKM nyaris absen dalam pemberitaan. Dengan demikian, KIHIC bukanlah wujud transformasi otentik ekonomi syariah, melainkan bentuk "kapitalisme berkedok Syariah yang dilegitimasi melalui mesin wacana negara.

Penelitian ini menawarkan konsep *embedded criticality* sebagai pendekatan alternatif untuk mengkritik praktik komodifikasi agama dari dalam tradisi Islam. Berbeda dengan kritik eksternal yang datang dari perspektif sekuler, *embedded criticality* melakukan kritik dari dalam tradisi agama itu sendiri dengan tetap berpijak pada nilai-nilai otentik Maqāṣid al-Syari'ah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti Muslim untuk bersikap kritis terhadap praktik ekonomi yang mengklaim syariah tanpa harus meninggalkan kerangka iman, sekaligus menjaga jarak reflektif agar tidak terjebak dalam apologetika atau sekadar membenaran status quo.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya evaluasi kritis terhadap strategi komunikasi pembangunan yang selama ini cenderung mengkomodifikasi nilai-nilai religius untuk kepentingan ekonomi. Bagi pengelola kawasan industri, temuan penelitian dapat menjadi bahan refleksi untuk menciptakan model pengelolaan yang lebih seimbang antara orientasi profit dan nilai-nilai substantif syariah. Bagi Pemerintah Provinsi Banten, penelitian ini mengingatkan bahwa narasi pembangunan yang tidak diiringi dengan implementasi nyata berisiko merusak kepercayaan publik dalam jangka panjang. Bagi masyarakat dan konsumen, penelitian ini meningkatkan kesadaran kritis dalam menyikapi narasi pembangunan yang mengatasnamakan syariah namun berpotensi mengabaikan prinsip keadilan dan kemaslahatan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokusnya yang terbatas pada teks-teks produksi pemerintah, tanpa menggali secara mendalam bagaimana wacana tersebut dikonsumsi atau ditentang oleh publik dan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian ini juga terbatas pada analisis wacana tanpa melakukan pengukuran dampak ekonomi secara kuantitatif. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan analisis dengan melibatkan perspektif konsumen, masyarakat sekitar kawasan, dan pekerja di dalam kawasan industri untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang dampak sosial-ekonomi dari pengembangan kawasan industri halal. Selain itu, studi komparatif antar kawasan industri halal di Indonesia (misalnya di Sidoarjo atau Bintan) juga akan memperkaya pemahaman tentang dinamika politik halal di tingkat lokal.

Pada akhirnya, penelitian ini berharap dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ekonomi syariah yang lebih otentik, berkeadilan, dan tidak terjebak dalam logika akumulasi modal yang eksploitatif. Sebagaimana ditegaskan oleh maqasid, tujuan akhir ekonomi dalam Islam adalah kemaslahatan bersama (*al-mashlahah al-'ammah*), bukan sekadar pertumbuhan angka investasi atau produk domestik bruto. Di sinilah letak relevansi kritik *embedded criticality*: mengingatkan kembali bahwa syariah bukanlah label yang bisa ditempelkan begitu saja pada proyek kapitalis, melainkan sebuah kerangka etis yang komprehensif yang harus menjadi roh dari setiap aktivitas ekonomi yang mengaku Islami.

Daftar Pustaka

- Ahmad, I., Sahid, A. A., & Safei, A. A. (2026a). The politics of religious commodification: Representation of power in the Cikande halal industrial zone. *Journal of Islamic Studies*, 6(1), 1-20. <https://doi.org/10.15575/jis.v6i1.52367>
- Ahmad, I., Turmudi, H., Muhtadi, A. S., & Mukarom, Z. (2026b). Commodifying faith: Symbolic economies in media constructions of the Cikande halal industrial zone. *Journal of Islamic Studies*, 6(2), 21-40. <https://doi.org/10.15575/jis.v6i2.52368>
- Ahmed, H. (2026). Islamic economic systems and sustainable development: Islamic capitalism versus Insanism (Islamic humanism). *Intellectual Discourse*, 34(1), 45-70. <https://doi.org/10.31436/id.v34i1.2499>
- Al-Malk, A., & Temimi, A. (2025). Economic models and Islamic faith: A critical assessment of reductionist approaches. *Tajseer Journal for Interdisciplinary Studies in Humanities and Social Science*, 7(1), 88-112. <https://journals.qu.edu.qa/index.php/tajseer/article/view/5240>
- Antara News. (2024, September 5). Pemprov Banten optimis investasi meningkat dari KIH Modern di Cikande. Antara News Banten. <https://www.antaranews.com/berita/4306311/pemprov-banten-optimis-investasi-meningkat-dari-kih-modern-di-cikande>
- Anuar, A., & Xin Ying, C. (2024). The ignorance of hypervigilance: Agnotology and halal along the Belt and Road. *Review of International Political Economy*, 31(2), 511-534. <https://doi.org/10.1080/09692290.2023.2231965>
- Arapko, V. (2019). Debt in Islamic finance [Review of the book *Beyond debt*, by D. Rudnyckyj]. *City*, 23(6), 798-802. <https://doi.org/10.1080/13604813.2020.1717220>
- Asnawi, N. (2021). Mendukung masterplan ekonomi syariah Indonesia melalui internalisasi pemasaran syariah pada industri halal strategis [Unpublished professorial inaugural lecture]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. <http://repository.uin-malang.ac.id/7874/>
- Auda, J. (2007). Maqāṣid al-Sharī'ah as philosophy of Islamic law: A systems approach. *International Institute of Islamic Thought*.

- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Hasil sensus penduduk 2025: Agama yang dianut*. BPS.
- Bergeaud-Blackler, F. (2020). *Halal matters: Islam, politics and markets in global perspective*. Routledge.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic vision of development in the light of maqasid al-shariah*. Islamic Research and Training Institute.
- DinarStandard. (2021). *State of the global Islamic economy report 2020/21*. Salaam Gateway. <https://salaamgateway.com/reports/the-state-of-the-global-islamic-economy-202021>
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Pantheon Books.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks*. International Publishers.
- Hackett, C., Stonawski, M., Tong, Y., Kramer, S., & Shi, A. (2025). *How the global religious landscape changed from 2010 to 2020*. Pew Research Center.
- Kitiarsa, P. (Ed.). (2008). **Religious commodification in Asia: Marketing gods*. Routledge.
- Kompas. (2024, September 4). *Luncurkan Kawasan Industri Halal Modern Cikande, Pj Gubernur Banten Al Muktabar optimistis investasi meningkat*. Kompas. <https://kilasdaerah.kompas.com/banten/read/2024/09/04/112211078/luncurkan-kawasan-industri-halal-modern-cikande-pj-gubernur-banten-al>
- Lee, J. C. H. (Ed.). (2021). *New religiosities, modern capitalism, and moral complexities in Southeast Asia*. Palgrave Macmillan.
- Murdan. (2011). Islam dan tantangan globalisasi. *Al Jami: Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan, dan Dakwah*, 7(1), 139-158. <http://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/6717>
- Ni'mah, N. F., Oktaviana, R. D., Susilowati, N., & Hidayati, A. N. (2025). *Industri Halal Indonesia: Peluang, tantangan, dan langkah strategis*. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(4). <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i4.1082>
- Pratiknyo, A. D. (2025). State Islam and oppositional Islam: The rearticulation of Islamic politics from Jokowi to Prabowo in Indonesia. *SANGKEP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 8(1), 1-25. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/sangkep/article/view/15307>
- Riyanti, E. D. (2021). *The philosophical basis of critical discourse analysis*. PhilPapers.
- Rodinson, M. (1974). *Islam and capitalism* (B. Pearce, Trans.). University of Texas Press. (Original work published 1966)
- Rudnyckyj, D. (2019). *Beyond debt: Islamic experiments in global finance*. University of Chicago Press.
- Saefullah, A., Burhanudin, D., Syibromalisi, A., Bahri, S., & Hardivizon, H. (2025). Religious moderation and halal governance in Indonesia: A wasatiyyah-maslahah framework. *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, 10(2), 200-225. <https://doi.org/10.29240/jhi.v10i2.14554>
- Salaam Gateway. (2023, September 14). *Indonesia's halal industrial estates: How have they fared thus far?* Salaam Gateway---Global Islamic Economy Gateway. <https://salaamgateway.com/story/indonesias-halal-industrial-estates-how-have-they-fared-thus-far>
- Sari, D. P. (2019, April 15). *Lahan 500 ha disiapkan untuk lokasi kawasan industri halal Cikande*. detikFinance. <https://finance.detik.com/industri/d-4521798/lahan-500-ha-disiapkan-untuk-lokasi-kawasan-industri-halal-cikande>
- Shirazi, F. (2016). *Brand Islam: The marketing and commodification of piety*. University of Texas Press.
- tvOneNews. (2021, Mei 11). *Menperin: Cikande jadi klaster industri halal RI terbesar*. tvOneNews. <https://www.tvonenews.com/ekonomi/200-menperin-cikande>

This page is intentionally left blank.