



Analisis Potensi *Halal Food* Menggunakan Pendekatan *Location Quotient* Tahun 2015-2021

Rosy Dwi Anita¹, Firsty Ramadhona Amalia Lubis², Lestari Sukarniati³, Uswatun Khasanah⁴

Universitas Pembangunan Negeri Veteran Yogyakarta

Universitas Ahmad Dahlan

Email: firsty.ramadhona@ep.uad.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi *halal food* melalui penyediaan makanan dan minuman berdasarkan PDRB kabupaten/kota di DIY dalam kurun waktu 2016-2021. Adapun kebaharuan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu belum adanya penelitian yang memetakan sektor unggulan untuk menganalisis potensi wisata halal terutama *halal food* yang berlokasi di DIY. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik berupa PDRB atas harga konstan tahun 2016-2021 untuk seluruh kabupaten/kota di DIY. Metode yang digunakan yaitu pendekatan *Location Quotient* (LQ) yang memberikan gambaran terhadap sektor basis dan non-basis disuatu wilayah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor penyediaan makanan dan minuman dari 4 kabupaten dan 1 kota menunjukkan bahwa 2 kabupaten dan 1 kota merupakan sektor basis sepanjang tahun 2016-2021. Adapun wilayah yang dimaksud yaitu Kabupaten Sleman, Kota Yogya, dan Kabupaten Bantul yang secara geografis terletak disatu jalur linier. Potensi *halal food* pada tiga wilayah tersebut tercermin dari nilai LQ > 1 atau merupakan sektor unggulan dan didukung oleh peta kuliner halal ditiga wilayah tersebut.

Kata kunci: PDRB; Sektor; Produk; Ekonomi

Analysis of Halal Food Potential Using Location Quotient Approach in the 2015-2021

Abstract

This study aims to analyze the potential of halal food through the provision of food and beverages based on the GRDP of districts/cities in DIY in the period 2016-2021. The novelty that distinguishes this research from previous research is that there is no research that maps leading sectors to analyze the potential for halal tourism, especially halal food located in DIY. The type of data used is secondary data obtained from the Central Bureau of Statistics in the form of GRDP at constant prices for 2016-2021 for all regencies/cities in DIY. The method used is the Location Quotient (LQ) approach which provides an overview of the base and non-base sectors in an area. The results of the study show that the food and beverage supply sector from 4 regencies and 1 city shows that 2 regencies and 1 city are the base sector throughout 2016-2021. The areas in question are Sleman Regency, Yogya City, and Bantul Regency which are geographically located on one linear path. The potential for halal food in the three regions is reflected in the LQ value > 1 or is a leading sector and is supported by halal culinary maps in the three regions.

Keywords: GRDP; Sector; Product; Economy

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

Pendahuluan

Salah satu kebutuhan manusia sebagai bentuk apresiasi diri yaitu berwisata untuk bersantai sejenak mengurangi stress akibat rutinitas kerja yang sangat menyita waktu. Pariwisata menjadi industri yang berkembang pesat dan mendukung perekonomian secara global dan menyumbang pendapatan devisa negara. Sektor pariwisata menjadi fokus utama dibidang ekonomi yang memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi (Lee & Brahmasrene, 2013). Ompusunggu & Munthe (2022), menyebutkan bahwa sektor pariwisata mampu meningkatkan penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang terbesar diberbagai daerah. Riset *World Trade and Tourism Concil* sejak satu dekade terakhir menyebutkan bahwa industri pariwisata telah berkontribusi besar terhadap perekonomian dunia, bahkan diperkirakan dalam beberapa tahun ke depan satu dari lima pekerjaan adalah dibidang pariwisata (Soputan, Kumenaung, & Kawung, 2022).

Terkait dengan peranan sektor pariwisata, pengembangan sektor tersebut mulai dikembangkan melalui aplikasi berbasis digital untuk mendukung pariwisata halal. Konsep wisata halal adalah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Titik beratnya didasarkan pada nilai syariat islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat muslim. Choolaew (2015), menyebutkan bahwa konsep wisata syariah menjadi aktualisasi dari konsep keislaman yangmana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama. Hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus dimiliki bagi pelaku usaha. Pada dasarnya, konsep wisata halal lebih sederhana karena sesuatu yang halal sudah pasti baik, bersih, dan sehat. Sehingga, bila mengkonsumsi produk halal menjadi sebuah kebaikan dan terhindar dari keburukan (Fitriana, 2019).

Produk halal belakangan ini menjadi fenomena tersendiri dalam belantika industri dengan berbagai segmen komoditas, mulai dari produk makanan minuman, farmasi, *fasion*, wisata, media, dan lainnya. Masuknya produk halal pada pasar internasional tidak lepas dari *branding* islam yang dibangun selama ini. Sehingga memiliki preferensi tersendiri dalam membangun pasar komoditasnya dan tumbuh bersama dengan semangat keagamaan masyarakat di dunia. Perkembangan industri halal yang terus tumbuh dari tahun ke tahun menjadi tren dunia saat ini. Produk halal menjadi bagian dari bisnis dunia yang nilainya sangat menjanjikan. Tidak hanya negara islam, negara-negara “sekuler” dan minoritas muslim pun menjadikan isu halal sebagai peluang untuk menjadi *role model* produk halal dunia (Harun, 2017).

Berdasarkan laporan *State of The Global Islamic Report* atau STGI (2019), ada sekitar 1,8 miliar penduduk muslim yang menjadi konsumen industri halal. Adapun peluang konsumen dalam industri ini meningkat 5,2 persen setiap tahunnya dengan total pengeluaran mencapai USD 2,2 triliun. Proyeksi dari *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) menunjukkan bahwa industri halal akan meningkat hingga 6,2 persen dalam kurun waktu 7 tahun sejak tahun 2018. Dilevel personal, tren gaya hidup halal ditandai dengan meningkatnya kesadaran halal di masyarakat secara umum. Hal tersebut terbukti dengan konsumen yang memilih dan menggunakan produk halal dalam bentuk makanan minuman, busana islami, bersantai di destinasi ramah muslim, produk kecantikan, dan bentuk lainnya yang termasuk kedalam produk halal. Gaya hidup halal global atau *global halal lifestyle* telah mempengaruhi pertumbuhan pasar halal secara global (Kemendag, 2013).

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal didukung oleh implikasi dari banyaknya jumlah penduduk muslim sebesar 12,7 persen dari populasi muslim di dunia. Sebanyak 229 juta penduduk muslim tinggal di Indonesia pada tahun 2020 dan diperkirakan jumlahnya akan terus meningkat mencapai 273 juta jiwa atau setara dengan 87,2 persen dari total populasi di Indonesia (Fathoni & Syahputri, 2020). Bonus demografi tersebut merupakan peluang besar untuk pengembangan industri halal. Indonesia memiliki pangsa pasar yang besar diantaranya yaitu pangsa pasar untuk makanan sebesar 4.444 makanan halal yang berkisar Rp 2.300 triliun, fashion islami berpotensi sebesar Rp 190 triliun, wisata halal diperkirakan Rp 135 triliun, haji dan umroh diperkirakan Rp 120 triliun, serta pendidikan diperkirakan Rp 40 triliun. Melihat hal tersebut, Indonesia memiliki kecukupan untuk meningkatkan persaingan di industri halal global (*State of The Global Islamic Economy Report*, 2022).

The Global Islamic Economy memiliki 6 indikator yang digunakan untuk menggambarkan negara-negara yang tergabung dalam Organisasi Kerjasama Islam (OKI) atau *The Organization of Islam Cooperation* (OIC). Keenam indikator tersebut yaitu keuangan syariah, makanan halal, wisata ramah muslim, fashion modern, farmasi dan kosmetik, serta media dan rekreasi. Tahun 2022 secara umum, Indonesia berada di urutan ke-4 dari 15 negara *top global Islamic economy* dan berhasil mempertahankan posisinya dari tahun lalu. Posisi pertama diduduki oleh United Arab Emirates (UAE), kedua Bahrain, dan ketiga Saudi Arabia. Dari semua indikator yang menjadi acuan, posisi Indonesia mengalami perubahan yang signifikan pada indikator makanan halal. Pasalnya pada laporan tahun 2019/2020, Indonesia tidak masuk dalam top 10 makanan halal baik secara global maupun di kawasan Asia-Pasifik. Baru pada pelaporan tahun 2022, Indonesia masuk dalam top 10 dan menempati urutan ke-2 dengan skor sebesar 71,1 persen mengalahkan UAE yang notabennya adalah negara muslim. Kawasan Asia terutama Asia Tenggara menyumbang tiga negara dalam top 10 yaitu Malaysia pada posisi pertama, Indonesia diposisi kedua, dan Singapura diposisi ketujuh.

Tabel 1. Posisi Indonesia Dalam *Global Islamic Economy Indicator Score*

Sektor	Skor		Rinking	
	2020	2022	2020	2022
Keuangan Syariah	54	91	4	6
Makanan Halal	47	71.1	-	2
Wisata Ramah Muslim	52	58	4	-
Fashion Modern	37.9	68	3	3
Farmasi dan Kosmetik	42	46.3	-	9
Media dan Rekreasi	17	26.8	-	-

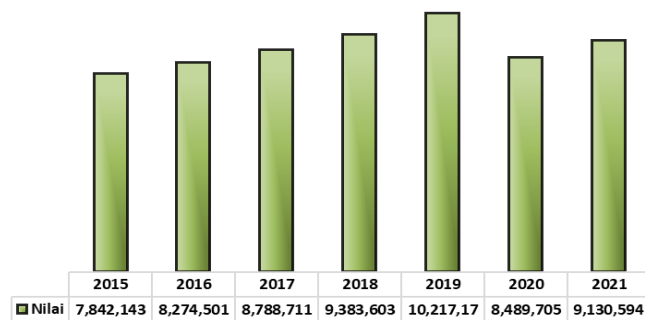
Sumber: *State of Global Islamic Economy Report*, 2022

Menurut laporan Direktorat Infrastruktur Ekosistem Syariah (2020), Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menjadi 1 dari 10 provinsi yang menjadi acuan dalam pengembangan pariwisata muslim daerah tepatnya berada diposisi ke-7 setelah Jawa barat. Berbagai kegiatan wisata dapat dijumpai di DIY sehingga tidak heran bila DIY mampu menarik wisatawan dalam dan luar negeri setiap tahunnya. Potensi tersebut

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

harus diiringi oleh ketersediaan fasilitas baik fisik maupun non fisik yang memadai. Lebih lanjut, bila dikaitkan dengan potensi Indonesia sebagai negara muslim, DIY memberikan kontribusi nyata melalui aspek ketersediaan makanan halal bagi para pelancong. Hal ini didukung oleh data Badan Pusat Statistik (2022), menunjukkan bahwa Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sepanjang tahun 2015 sampai 2021 pada katagori penyediaan akomodasi dan makan minum secara umum mengalami kenaikan.

Sepanjang tahun 2015 sampai tahun 2019, kenaikan rata-rata 20 persen per tahun dengan nilai 8,9 miliar. Penurunan terjadi pada tahun 2020 karena adanya pandemi Covid-19 dengan berbagai kebijakan pembatasan berupa *lock down* dan *social distancing* yang diberlakukan pemerintah Indonesia. Dampak kebijakan tersebut yaitu menurunnya angka kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara. Terlihat bahwa penurunan cukup tajam yaitu sebesar 1,72 miliar atau 3,88 persen dibandingkan tahun 2019 yang mengalami kenaikan sebesar 1,87 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Artinya bahwa pemberlakuan pembatasan memberikan dampak pada menurunnya perolehan PDRB sektor penyediaan akomodasi dan makan minum di DIY.



Gambar 1. Kontribusi Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Terhadap PDRB DIY

Sumber: Data Diolah, (2023)

Disamping potensi dan kontribusi terhadap PDRB, nyatanya wisata halal di Yogyakarta memiliki kendala besar terkait pengembangannya. Fatkurrohman (2018), membagi kendala tersebut menjadi tiga: *Pertama*, keraguan kontribusi wisata halal terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Keraguan ini disebabkan oleh tren perkembangan wisata halal di kota Yogyakarta dapat dikatakan sangat lambat. Sehingga, pemerintah masih mengidolakan implementasi wisata konvensional yang secara nyata memberikan kontribusi besar terhadap PAD. *Kedua*, tidak ada peraturan gubernur terkait dengan penguatan wisata halal. Landasan hukum ini menjadi sebuah hal yang penting dalam implementasi wisata halal karena menjadi panduan dan pedoman bagi pelaku wisata khususnya wisata halal. Bila dibandingkan dengan Nusa Tenggara Barat (NTB), provinsi tersebut memiliki peraturan yang memperkuat wisata halal seperti Pergub No. 1 Tahun 2015 dan Perda NTB No. 2 Tahun 2016 (Hamzana, 2017).

Ketiga, minimnya sosialisasi wisata halal menjadi kendala bagi para pelaku industri dalam mengambil segmen dalam wisata halal. Hal ini dapat dilihat dari sektor perhotelan yang belum banyak menerapkan hotel halal. Dari 513 hotel di Yogyakarta tahun 2017, hanya dua hotel yang telah memiliki sertifikat halal yaitu Hotel Cakra Kusuma dan Grand Dafam Rohan Jogja Hotel. Keduanya memiliki sertifikat halal untuk bidang makanan masing-masing 453 menu makanan dan 411 menu makanan. Kendala

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

ketiga ini banyak disebabkan karena syarat kepemilikan sertifikat halal memerlukan biaya trining yang mahal dan proses sertifikasi yang membutuhkan waktu lama.

Musyafah *et al* (2022), mempertegas kendala tersebut dengan mengaitkan peran dinas terkait dalam menangani kemajuan pariwisata halal. Dinas pariwisata sebagai pemangku kebijakan dalam pengembangan pariwisata hanya memiliki wewenang melalui pengembangan sumber daya manusia dan usaha sertifikasi. Hal tersebut hanya terbatas pada memudahkan sertifikasi halal bidang kuliner untuk rumah makan dan restoran. Upaya tersebut dilakukan bekerjasama dengan dinas koperasi agar sertifikasi halal menjangkau pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Strategi dalam mewujudkan hal tersebut dilakukan bersama masyarakat ekonomi syariah dan halal *club* untuk meningkatkan halal *lifesyle*. Namun pada pelaksanaannya, strategi dan upaya tersebut belum terwujud sepenuhnya.

Teori ekonomi basis merujuk pada kinerja ekonomi dari setiap sektor pembentuk perekonomian terhadap kinerja perekonomian secara keseluruhan. Dapat diartikan bahwa teori ekonomi basis menghasilkan sektor ekonomi yang mempunyai daya saing atau unggulan (basis) dan sektor ekonomi bukan unggulan (non-basis). Sektor basis yaitu sektor yang memiliki daya saing dan mampu memenuhi kebutuhan didalam wilayah itu sendiri dan dapat mengekspor untuk wilayah lainnya. Sedangkan, sektor non-basis merupakan sektor ekonomi yang hanya mampu memenuhi kebutuhan wilayahnya sendiri (Wulandari, 2018). Kaitannya dengan pariwisata, Sherman & Dixon (1991) menyebutkan bahwa pariwisata memberikan kontribusi produk wisata terhadap ekonomi suatu wilayah. Kontribusi tersebut berupa penerimaan dari penjualan produk wisata, pendapatan masyarakat, peluang pekerjaan, dan penerimaan pemerintah dari pajak dan retribusi. Fadliyanti, *et al* (2019) dan Yuendini, *et al* (2019), menyebutkan bahwa sektor pariwisata menjadi sektor yang diandalkan dalam pengembangan daerah karena memiliki tingkat daya saing yang tinggi dan menjadi sektor yang tumbuh dengan cepat. Menurut Spillane (1991), sektor pariwisata dikategorikan dalam lima bidang yaitu hotel dan restoran, tour dan travel, transportasi, pusat wisata dan souvenir, serta bidang kepariwisataan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi *halal food* melalui penyediaam makanan dan minuman berdasarkan PDRB kabupaten/kota di DIY dalam kurun waktu 2016-2021. Adapun kebaharuan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu belum adanya penelitian yang memetakan sektor unggulan untuk menganalisis potensi wisata halal terutama halal food yang berlokasi di DIY. Sehingga, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan kontribusi dalam mengambil kebijakan dan menganalisis potensi *halal food* guna mendukung kegiatan wisata yang halal.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan metode deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menjadi salah satu jenis penelitian yang sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas. Sedangkan pendekatan diskriptif digunakan dengan tujuan untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran mengenai objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul. Sehingga memudahkan dalam mendapatkan data objektif yang digunakan untuk mengetahui dan memahami sektor-

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

sektor baik yang basis maupun non basis di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Tipe diskriptif dipilih karena sesuai dengan penelitian, sehingga nantinya dapat memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah yang diteliti kemudian menganalisisnya dan menarik kesimpulan.

Sumber data diperoleh dari BPS yaitu PDRB atas dasar harga konstan 2010 menurut lapangan usaha selama kurun waktu 2016 sampai 2021 untuk setiap kabupaten/kota. Terdapat tiga langkah analisis data yang digunakan yaitu *Pertama*, melakukan perhitungan menggunakan Location Quotient (LQ). *Kedua*, memetakan kategori PDRB basis dan non basis sesuai dengan ketentuan yaitu antara 0 sampai 1. *Ketiga*, hasil pemetaan tersebut kemudian dijelaskan secara deskriptif. LQ merupakan salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk menentukan potensi relatif perekonomian suatu wilayah. Logika dasar LQ adalah teori basis ekonomi yang intinya adalah karena industri basis menghasilkan barang-barang dan jasa untuk pasar di daerah maupun di luar daerah yang bersangkutan, maka penjualan di luar daerah akan menghasilkan pendapatan bagi daerah tersebut (Widodo, 2006). Rumus LQ dipaparkan sebagai berikut:

$$LQ = \frac{V_i^R / V^R}{V_i / V}$$

Keterangan :

V_i^R = Nilai PDRB suatu sector kabupaten/kota

V^R = Nilai PDRB seluruh sector kabupaten/kota

V_i = Nilai PDRB suatu sector tingkat provinsi

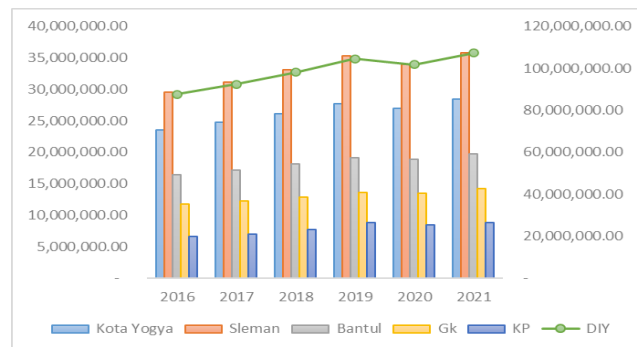
V = Nilai PDRB seluruh sector tingkat provinsi

Apabila $LQ > 1$ artinya peranan sektor tersebut di daerah itu lebih menonjol daripada peranan sektor itu secara nasional. Sebaliknya, apabila $LQ < 1$ maka peranan sektor itu di daerah tersebut lebih kecil daripada peranan sektor tersebut secara nasional. $LQ > 1$ menunjukkan bahwa peranan sektor i cukup menonjol di daerah tersebut dan seringkali sebagai petunjuk bahwa daerah tersebut surplus (Widodo, 2006).

Hasil Dan Pembahasan

Upaya mengoptimalkan proses pertumbuhan ekonomi perlu melihat sektor yang menjadi unggulan dan memenuhi karakteristik perekonomian suatu daerah. Salah satu cara yang dapat digunakan yaitu dengan melihat PDRB menurut lapangan usaha. Sepanjang tahun penelitian, PDRB DIY dan Kabupaten/Kota secara umum mengalami kenaikan. Kabupaten Sleman menjadi kabupaten yang memberikan kontribusi terbesar dalam PDRB DIY. Meskipun terdapat penurunan pada tahun 2020 yang disebabkan oleh pandemi Covid-19, namun kontribusinya masih tertinggi dibandingkan kabupaten/kota lainnya dengan rata-rata kontribusi terhadap PDRB DIY sebesar 33,1 miliar rupiah per tahun. Sedangkan, rata-rata PDRB DIY sebesar 98,5 miliar rupiah per tahun. Artinya bahwa Kabupaten Sleman berkontribusi hampir sepertiga dari total PDRB DIY.

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021



Gambar 2. Perbandingan Nilai PDRB Provinsi dan Kabupaten/Kota
Sumber: Data Diolah, (2023)

Gambar 2. menunjukkan perbandingan PDRB untuk masing-masing kabupaten/kota di DIY. Terlihat bahwa Kabupaten Sleman (warna merah) memberikan sumbangan terbesar terhadap PDRB DIY. Posisi kedua ditempati oleh Kota Yogya dengan kontribusi rata-rata sebesar 26,2 miliar rupiah per tahun. Disusul oleh Kabupaten Bantul (18,2 miliar), Kabupaten Gunungkidul (13 miliar), dan Kabupaten Kulon Progo (7,8 miliar). Secara umum, PDRB kabupaten/kota memiliki trend positif dengan rata-rata kenaikan sebesar 16,67 persen terhadap PDRB DIY. Kontribusi masing-masing kabupaten/kota didasarkan pada nilai setiap sektor lapangan usaha. Tabel 3 menunjukkan bahwa kontribusi berdasarkan lapangan usaha untuk Kota Yogyakarta disumbang melalui sektor informasi dan komunikasi. Sebagai pusat pemerintahan DIY, Kota Yogya menjadi acuan dalam mengakses informasi dan komunikasi untuk berbagai aspek perekonomian.

Tabel 2. Kontribusi Lapangan Usaha Terbesar Terhadap PDRB Kabupaten/Kota

Kabupaten/Kota	Sektor					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kota Yogya	Informasi dan Komunikasi	Informasi dan Komunikasi	Informasi dan Komunikasi	Informasi dan Komunikasi	Informasi dan Komunikasi	Informasi dan Komunikasi
Sleman	Industri Pengolahan	Industri Pengolahan	Industri Pengolahan	Industri Pengolahan	Informasi dan Komunikasi	Informasi dan Komunikasi
Bantul	Industri Pengolahan	Industri Pengolahan	Industri Pengolahan	Industri Pengolahan	Industri Pengolahan	Informasi dan Komunikasi
Kulon Progo	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	Konstruksi	Konstruksi	Konstruksi
Gunungkidul	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan

Sumber: Data Diolah, 2023

Kabupaten Sleman dan Bantul memiliki kemiripan untuk sektor lapangan usaha yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDRB yaitu industri pengolahan. Perbedaan terlihat pada tahun 2020 yangmana Kabupaten Sleman beralih dari sektor industri pengolahan kesektor informasi dan komunikasi. Mengingat adanya pandemic Covid-19 yang menutup sebagian akses terhadap daerah luar, maka sektor industri pengolahan cenderung mengalami penurunan. Terlebih, di Sleman industri tersebut didominasi oleh pelaku industri kecil menengah yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Sedangkan, kontribusi industri pengolahan di Bantul masih berlangsung

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

sampai dengan tahun 2020 yang didukung oleh beberapa sentra pengolahan seperti gerabah dan kulit. Memasuki tahun 2021 dengan meredanya covid-19, sektor informasi dan komunikasi justru menjadi penyumbang PDRB terbesar.

Sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan menjadi lapangan usaha utama sepanjang tahun penelitian yang berkontribusi terhadap PDRB di Kabupaten Gunungkidul. Hal ini dikarenakan masih tersedianya lahan pertanian, hutan, dan laut yang memiliki potensi lebih besar dibandingkan dengan kabupaten/kota lainnya, serta mayoritas masyarakat Gunungkidul bekerja dan mengandalkan sektor tersebut. Kabupaten Kulon Progo ditiga tahun pertama juga menjadikan sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan sebagai penyumbang PDRB terbesar. Namun, mulai tahun 2019-2021 terjadi pergeseran ke sektor konstruksi yang sejalan dengan keberadaan Bandara Yogyakarta International Airport dan pembangunan lainnya disekitar bandara.

Perhitungan LQ menunjukkan sektor basis dan non-basis dari masing-masing kabupaten/kota. Sektor basis di Kota Yogya didominasi oleh sektor jasa dan industri, sedangkan sektor pertanian termasuk non-basis yang disebabkan oleh sedikitnya lahan pertanian di kota. Sektor non-basis di Kota Yogya meliputi sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan; sektor pertambangan dan penggalian; sektor konstruksi; sektor perdagangan besar dan eceran; sektor transportasi dan pergudangan; serta jasa lainnya yang dimulai tahun 2020. Sama halnya dengan Kota Yogya, sektor unggulan Kabupaten Sleman bertumpu pada jasa dan industri. Namun, sepanjang tahun penelitian hanya sektor konstruksi, sektor akomodasi dan makan minum, sektor *real estate*, sektor jasa perusahaan, dan sektor pendidikan yang menjadi sektor unggulan. Sedangkan, terdapat sektor yang mengalami perubahan dari basis ke non-basis atau sebaliknya. Tahun 2020, sektor industri pengolahan menjadi sektor unggulan dari sebelumnya non-basis. Meskipun dalam sumbangannya terhadap PDRB Sleman mengalami peningkatan, namun sektor industri pengolahan bukan sektor unggulan di Kabupaten Sleman. Lain halnya dengan sektor transportasi dan pergudangan yang mengalami perubahan dari basis ke non-basis sejak tahun 2020 yang disebabkan oleh pandemic Covid-19 dengan berbagai aturan pembatasan yang diberlakukan oleh pemerintah.

Kabupaten Bantul, Kulon Progo, dan Gunungkidul memiliki karakteristik yang sama yaitu masih banyaknya lahan pertanian yang digarap. Sehingga, sektor unggulan ketiga kabupaten tersebut masih condong ke sektor pertanian. Terlebih untuk Kabupaten Gunungkidul yang memiliki nilai LQ rata-rata 2,50 untuk sektor pertanian, disusul oleh Kabupaten Kulon Progo dan Kabupaten Bantul dengan nilai rata-rata masing-masing 1,85 dan 1,38. Perbedaan antara tiga kabupaten tersebut terletak pada sektor jasa dan sektor industri. Bila Kabupaten Bantul sangat condong pada sektor unggulan berupa pertanian dan industri pengolahan, maka Kabupaten Kulon Progo cenderung unggul disektor pertanian dan jasa. Salah satunya jasa pendidikan karena terdapat perguruan tinggi yaitu Universitas Ahmad Dahlan dan Universitas Negeri Yogyakarta. Sedangkan Kabupaten Gunungkidul unggul dalam sektor pertanian dan perdagangan.

Makanan dan minuman halal merupakan kebutuhan dasar seorang muslim. Kebutuhan dasar ini harus terpenuhi agar seorang muslim dapat melanjutkan hidupnya. Bila kita lihat, dukungan pemerintah juga menjadi potensi besar dalam industri makanan halal di Indonesia. Dukungan tersebut terlihat dari pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai amanat dari Undang-Undang (UU) Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Di DIY UU tersebut kemudian

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

diimplementasikan dalam bentuk kegiatan berupa sosialisasi dan pendampingan kepada pelaku Industri Kecil Menengah (IKM). Kegiatan tersebut dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan sebagai salah satu Organisasi Perangkat Daerah (OPD).

Sebagai salah satu provinsi yang menjadi acuan dalam pengembangan pariwisata muslim di Indonesia, potensi wisata halal DIY cukup berkembang. Wisata halal salah satunya didukung oleh sektor makanan dan minuman. Hasil olah data menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman menjadi sektor unggulan atau basis di tiga kabupaten/kota sepanjang tahun penelitian. Tabel 3 menunjukkan bahwa Kota Yogya, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Bantul memiliki sektor basis pada kategori penyediaan makanan dan minuman. Sepanjang tahun 2016-2021, sektor tersebut berhasil menjadi sektor unggulan yang memberikan kontribusi cukup terhadap PDRB. Dilihat secara geografis, ketiga kabupaten/kota tersebut berada di satu jalur lurus. Sehingga, konektivitas antar daerah menjadi sangat erat. Artinya bahwa, akses wisatawan terhadap ketiga wilayah tersebut lebih mudah dibandingkan dengan dua wilayah lainnya. Dukungan akses terhadap informasi dan lokasi wisata unggulan DIY dapat diperoleh dari ketiga wilayah tersebut. Kemudahan akses kendaraan juga menjadi faktor yang tidak dapat dihindari dari adanya konektivitas wilayah yang saling berkaitan tersebut. Terlebih, Puspita & Roychansyah (2021) menyebutkan bahwa adanya Jogja Outer Ring Road (JORR) yang melintasi Kabupaten Sleman, Kota Yogya, dan Kabupaten Bantul akan meningkatkan aksesibilitas dalam berwisata dan mengantisipasi kemacetan dimusim liburan sekolah maupun libur nasional lainnya. Sehingga, sarana prasarana pendukung wisatawan akan merambat memanjang dan cenderung berpengaruh signifikan terhadap perekonomian sekitarnya.

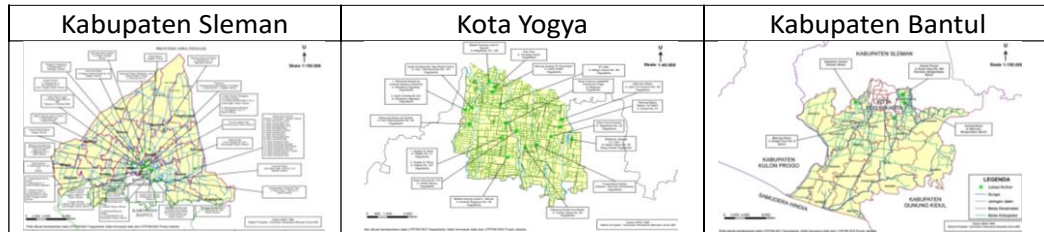
Tabel 3. Nilai LQ Sektor Penyediaan Makanan dan Minuman

Kabupaten/Kota	Nilai LQ					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Kota Yogya	1.23	1.24	1.25	1.25	1.17	1.15
Sleman	1.04	1.03	1.03	1.04	1.03	1.03
Bantul	1.13	1.13	1.14	1.14	1.21	1.21
Kulon Progo	0.39	0.39	0.37	0.35	0.40	0.42
Gunungkidul	0.61	0.61	0.60	0.61	0.67	0.70

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan hasil tersebut, sektor unggulan penyediaan makanan dan minuman yang menjadi sektor basis di tiga kabupaten/kota menjadi modal awal dalam mendukung potensi produk halal di DIY. Mindhayani (2018), menyebutkan bahwa potensi *halal food* di DIY sangat besar. Hal ini didukung oleh sarana prasarana yang baik terutama kemudahan mendapatkan restoran atau tempat makan yang menyediakan makanan dan minuman halal. Selain itu, banyak tempat makan menyediakan pula fasilitas ibadah yang menjadikannya satu paket komplit dalam berwisata. Lestari (2019), mencoba memetakan *halal food* di DIY dengan mengaplikasikan letak geografis antara Kabupaten Sleman, Kota Yogya, dan Kabupaten Bantul dengan membuat peta kuliner halal. Kabupaten/kota yang dipilih berdasarkan potensi *halal food* dan konektivitas antar wilayah. Hasil karya tersebut memberikan informasi kepada calon konsumen baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang ingin mengonsumsi makanan halal. Adapun peta tersebut menunjukkan lokasi rumah makan yang telah tersertifikasi halal berdasarkan data LPPOM MUI DIY.

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021



Gambar 3. Peta Persebaran Halal Food
Sumber: Data Diolah, (2023)

Berdasarkan peta diatas, Kabupaten Sleman mendominasi untuk kuliner halal yang telah bersertifikasi LPPOM dengan jumlah lebih dari 45 rumah makan maupun restoran. Hampir seluruh wilayah Kabupaten Sleman memiliki kuliner halal yang dapat menjadi pilihan bagi pelancong. Kota Yogyakarta memiliki 20 rumah makan dan restoran yang telah tersertifikasi halal dengan berbagai jenis makanan seperti gudeg, bakso, bahkan makanan *western* seperti steak. Bila dibandingkan dengan dua wilayah sebelumnya, Kabupaten Bantul hanya memiliki 4 rumah makan dan restoran yang sudah tersertifikasi halal. Adapaun kuliner halal tersebut didominasi oleh restoran yang berdiri sejak lama. Sehingga, ini menjadi tugas rumah bagi pemerintah setempat dalam memberikan sosialisasi, bimbingan teknis, dan kemudahan dalam mendapatkan sertifikat halal MUI. Tujuannya agar UMKM dan industri makanan lainnya di Kabupaten Bantul dapat bersaing dengan dua wilayah lainnya sehingga, dapat mematahkan kendala bahwa kuliner halal kurang memberikan kontribusi terhadap PAD.

Salah satu pendekatan yang dapat mendukung pengembangan halal food yaitu manajemen rantai persediaan atau *Supply Chain Management* (SCM) (Waharini & Purwantini, 2018). SCM dapat digunakan sekaligus dimanfaatkan untuk meningkatkan produktivitas dan profitabilitas dari pasar halal. Koordinasi yang sistematis dari berbagai fungsi bisnis menjadi kunci keberhasilan. SCM masih tergolong bersifat tradisional, sehingga dirasa tidak cukup untuk mendukung berkembangnya industri halal. Oleh karena itu, SCM berkembang sesuai dengan kebutuhan industri halal yang kemudian disebut *halal supply chain* (HSC). Pendekatan HSC nyatanya menjawab kendala terkait keraguan kontribusi wisata halal terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Artinya bahwa HSC dapat diterapkan dalam pengembangan wisata halal terutama *halal food* dengan memastikan integrasi proses dan aktivitas bisnis dari bahan baku sampai dengan konsumen akhir menggunakan prinsip halal dalam islam. Kemudian, dalam pengaturan perusahaan dapat menerapkan pendekatan SCM untuk mengurangi biaya produksi dan meningkatkan profit.

Simpulan

Produk halal belakangan ini menjadi fenomena tersendiri dalam belantika industri dengan berbagai segmen komoditas, mulai dari produk makanan minuman, farmasi, *fashion*, wisata, media, dan lainnya. Masuknya produk halal pada pasar internasional tidak lepas dari *branding* islam yang dibangun selama ini. Sehingga memiliki preferensi tersendiri dalam membangun pasar komoditasnya dan tumbuh bersama dengan semangat keagamaan masyarakat di dunia. Indonesia menjadi salah

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

satu negara yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal didukung oleh implikasi dari banyaknya jumlah penduduk muslim sebesar 12,7 persen dari populasi muslim di dunia. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menjadi 1 dari 10 provinsi yang menjadi acuan dalam pengembangan pariwisata muslim daerah tepatnya berada diposisi ke-7 setelah Jawa barat. Berbagai kegiatan wisata dapat dijumpai di DIY sehingga tidak heran bila DIY mampu menarik wisatawan dalam dan luar negeri setiap tahunnya. Nyatanya wisata halal di Yogyakarta memiliki kendala besar terkait pengembangannya yaitu keraguan kontribusi wisata halal terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), tidak ada peraturan gubernur terkait dengan penguatan wisata halal, dan minimnya sosialisasi wisata halal menjadi kendala bagi para pelaku industri dalam mengambil segmen dalam wisata halal. Sebagai salah satu provinsi yang menjadi acuan dalam pengembangan pariwisata muslim di Indonesia, potensi wisata halal DIY cukup berkembang. Wisata halal salah satunya didukung oleh sektor makanan dan minuman. Hasil olah data menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman menjadi sektor unggulan atau basis di tiga kabupaten/kota sepanjang tahun penelitian. Kota Yogya, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Bantul memiliki sektor basis pada katagori penyediaan makanan dan minuman. Sepanjang tahun 2016-2021, sektor tersebut berhasil menjadi sektor unggulan yang memberikan kontribusi cukup terhadap PDRB. Dilihat secara geografis, ketiga kabupaten/kota tersebut berada di satu jalur lurus. Sehingga, konektivitas antar daerah menjadi sangat erat. Artinya bahwa, akses wisatawan terhadap ketiga wilayah tersebut lebih mudah dibandingkan dengan dua wilayah lainnya.

Daftar Pustaka

- BPS, B. P. (2022, June 20). *PDRB Provinsi Yogyakarta Atas Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi D.I Yogyakarta: <https://yogyakarta.bps.go.id/subject/52/produk-domestik-regional-bruto-lapangan-usaha-.html#subjekViewTab3>
- Choolaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*.
- Direktorat Infrastruktur Ekosistem Syariah, D. (2020). *Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah*. Kuningan: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Fadliyanti, L., Sutanto, H., & Wijimulawiani, B. S. (2019). Analisis Peran Sektor Pariwisata dalam Pembangunan Daerah di Kabupaten Lombok Barat (Pendekatan Location Quotient dan Klassen Typology Analysis). *Elastisitas*, 1(2), 106-114.
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 428-435.
- Fatkurrohman. (2018, October 4). *Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Yogyakarta*. Retrieved from Wisata Halal Universitas Gadjah Mada: <http://ferryfebub.lecture.ub.ac.id/files/2013/01/Bagian-V-Teori-Pengeluaran-Pemerintah.pdf>

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

- Fitriana, W. D. (2019). Digitalisasi Kuliner dan Wisata Halal Daerah Jombang Melalui Aplikasi "Jombang Halal Tourism". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 6(2), 108-116.
- Hamzana, A. A. (2017). Pelaksanaan Standarisasi Pelayanan Pariwisata Halal dalam Pengembangan Pariwisata di Nusa Tenggara Barat. *Pena Justisia: Media Komunikasi dan Kajian Hukum*, 17(2), 8.
- Harun, Y. (2017). Potensi Industri Halal Dalam Menarik Wisatawan Muslim Mancanegara di Jepang. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Universitas Darman Persada*, V/No. 1/Maret 2017.
- Kemendag, K. P. (2013, April). Peluang Bisnis Produk Halal di Prancis. *Ditjen PEN/MJL/004/4/2013*.
- Lee, J. W., & Brahmasrene, T. (2013). Investigating the Influence of Tourism on Economic Growth and Carbon Emissions: Evidence from Panel Analysis of the European Union. *Tourism Management*, 38, 69-76.
- Lestari, L. A. (2019, November 6). *Peta Kuliner Halal di Yogyakarta*. Retrieved from Departemen Gizi Kesehatan: <https://gizikesehatan.ugm.ac.id/peta-kuliner-halal-di-yogyakarta/>
- Mindhayani, I. (2018). Analisis Potensi Industri Pariwisata Halal di Kota Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional: Publikasi Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* (pp. 271-278). Sukoharjo: Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
- Musyafah, A. A., Setyowati, R., Akhsanty, A. S., & Destyana, M. E. (2022, November 26). *Peran Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Retrieved from Asosiasi Pengajar dan Peneliti Hukum Ekonomi Islam Indonesia: <https://appheisi.or.id/2022/11/26/peran-pemerintah-dalam-pengembangan-pariwisata-halal-di-daerah-istimewa-yogyakarta/#primary>
- Ompusunggu, V. M., & Munthe, R. G. (2022). Analisis Perkembangan dan Dampak Pariwisata dalam Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Samosir. *Jurnal Regionomic*, 4(1), 59-67.
- Puspita, A., & Roychansyah, M. S. (2021). *Pengaruh Pembangunan Jogja Outer Ring Road (JORR) terhadap Perubahan Bentuk Perkotaan Yogyakarta*. Retrieved from Universitas Gadjah Mada: <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/198221#>
- Sherman, P., & Dixon, J. (1991). The Economics of Nature Tourism: Managing for the Environment. *Island Press*.
- Soputan, N. E., Kumenaung, A. G., & Kawung, G. M. (2022). Analisis Pengaruh Sektor Industri Pariwisata Terhadap Produk Domestik Regional Bruto di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(4), 15-27.
- Spillane, J. (1991). *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Jakarta: Kanisius.

Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021

State of The Global Islamic Economy Report, S. (2022). *State of The Global Islamic Economy Report: UNLOCKING OPPORTUNITY*. Dinar Standard.

Waharini, F. M., & Purwantini, A. H. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Jurnal Muqtasid*, 9(1), 1-12.

Widodo, T. (2006). *Perencanaan Pembangunan: Aplikasi Komputer (Era Otonomi Daerah)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Wulandari, W. (2018). Analisis Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Provinsi Jawa Barat (Analisis LQ dan Shift Share). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 23(2), 151-169.

Yuendini, E. P., Rachmi, I. N., Puspitasari, N. N., Harini, R., & Alfana, M. A. (2019). Analisis Potensi Ekonomi Sektor Pertanian dan Sektor Pariwisata di Provinsi Bali Menggunakan Teknik Analisis Regional. *Jurnal Geografi*, 16(2), 128-136.