

## Analisis SWOT pemetaan media tentang halal lifestyle di Indonesia dengan NVivo: Studi literatur review

Doni Yusuf Bagaskara\*, Rohmadi  
UIN Mualana Malik Ibrahim Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*) Korespondensi (e-mail: doniyusufb22@gmail.com )

### Abstract

This research aims to determine a SWOT analysis regarding Halal Lifestyle Consumption Behavior in Indonesia using the NVivo approach. This research uses qualitative methodology with the NVivo approach and literature review. "Data analysis techniques include (1) mapping the number of news article codes based on qualitative analysis using Nvivo 14 software regarding "Halal Lifestyle," (2) mapping visualization results with hierarchical diagrams and testing the correlation between media articles using Nvivo 14 software; (3) mapping research topics with the World Cloud or a collection of words that are often discussed in media articles; and (4) testing the significant value between media articles to determine the size of the correlation around the topic "Halal Lifestyle." This research shows that the words often appear in media articles are topics regarding Halal, Indonesia, products, and industry. Apart from that, the topics often discussed by media articles regarding Halal Lifestyle are threats and opportunities. Meanwhile, topics rarely discussed by media articles regarding Halal lifestyle are weaknesses and opportunities.

Keywords: SWOT, Consumption Behavior, Halal Lifestyle, NVivo, Literatur Review

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis SWOT mengenai Perilaku Konsumsi Halal Lifestyle di Indonesia menggunakan pendekatan NVivo. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan NVivo dan literature review. "Teknik analisis data meliputi: (1) memetakan jumlah code artikel berita berdasarkan analisa kualitatif yang menggunakan software Nvivo 14 seputar "Halal Lifestyle", (2) memetakan hasil visualisasi dengan diagram hierarki dan menguji korelasi hubungan antara artikel media menggunakan software Nvivo 14; (3) memetakan topik penelitian dengan World Cloud atau kumpulan kata yang sering dibahas pada artikel media; dan (4) menguji nilai signifikan antara artikel media untuk mengetahui besar atau kecilnya suatu korelasi seputar topik "Halal Lifestyle". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kata yang sering muncul pada artikel media adalah topik mengenai Halal, Indonesia, produk, dan industry. Selain itu topik yang sering dibahas oleh artikel media mengenai Halal Lifestyle adalah ancaman dan peluang. Sedangkan topik yang jarang dibahas oleh artikel media mengenai Halal Lifestyle adalah kelemahan dan peluang.

Kata kunci: SWOT, Perilaku Konsumsi, Halal Lifestyle, NVivo, Literatur Review.

*How to cite:* Bagaskara, D. Y., & Rohmadi, R. (2024). Analisis SWOT pemetaan media tentang halal lifestyle di Indonesia dengan NVivo: Studi literatur review. *Journal of Halal Industry Studies*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.53088/jhis.v3i1.836>

## 1. Pendahuluan

Gaya hidup halal (halal lifestyle) telah menjadi tren yang signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memainkan peran penting dalam mengembangkan dan mempromosikan gaya hidup yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal (Jailani &



Adinugraha, 2022). Gaya hidup halal mengacu pada pemenuhan prinsip-prinsip halal dalam semua aktivitas yang dilakukan oleh individu Muslim. Secara bahasa Halal memiliki makna “diperbolehkan”. Dalam hal ini tidak hanya terkait dengan makanan dan minuman, tetapi juga mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk pakaian, kosmetik, pariwisata, keuangan, dan lainnya. Konsep gaya hidup halal menekankan pentingnya mematuhi aturan dan prinsip Islam dalam semua aktivitas yang dilakukan oleh individu Muslim (Haleem et al., 2020).

Perkembangan halal lifestyle di dunia telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan tersebut dipengaruhi oleh peningkatan populasi muslim, meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan kebersihan, serta sinergi antara pemerintah, akademisi, dan bisnis dalam mengembangkan industri halal. Tren halal lifestyle di Indonesia sangat berpotensi tinggi untuk dilakukan mengingat jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas adalah muslim sehingga pasar dengan produk halal sangatlah besar. Akan tetapi banyak masyarakat di Indonesia belum banyak mengenal dan mengetahui tentang kriteria dari halal lifestyle tersebut, kecenderungan masyarakat hanya tergiring pada tren yang ada dan tidak memahami konteks halal lifestyle. Hal ini dikarenakan minimnya informasi dan literasi yang masif di kalangan masyarakat tentang halal lifestyle. Berbagai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dapat dibahas melalui analisis

Untuk memahami lebih lanjut tentang perilaku konsumsi gaya hidup halal di Indonesia, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dapat digunakan sebagai pendekatan yang relevan (Mashuri & Nurjannah, 2020). Selain itu, penggunaan perangkat lunak analisis kualitatif seperti NVivo dan literatur review dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam. Dalam analisis SWOT ini, kita akan mengevaluasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dalam perilaku konsumsi gaya hidup halal di Indonesia yang dipublikasi oleh beberapa artikel media dengan menggunakan pendekatan NVivo dan literatur review. NVivo merupakan perangkat lunak analisis kualitatif yang dapat membantu mengorganisir, mengelompokkan, dan menganalisis data kualitatif seperti artikel jurnal, laporan penelitian, wawancara, dan data lainnya (Kraiwani & Limna, 2023).

Dengan menggabungkan alat bantu NVivo dan literatur review, diharapkan kita dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku konsumsi gaya hidup halal di Indonesia. Pendekatan NVivo akan membantu mengungkapkan pola dan tema yang muncul dalam data kualitatif, sementara literatur review akan memberikan pemahaman kontekstual yang lebih luas. Dengan demikian, analisis SWOT yang didasarkan pada pendekatan NVivo dan literatur review dapat membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berkaitan dengan perilaku konsumsi gaya hidup halal di Indonesia.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan tentang perilaku halal lifestyle di Indonesia serta dapat menjadi sumber referensi bagi para praktisi, akademisi, dan pemerhati dalam memahami dan mengembangkan lebih lanjut konsep gaya hidup halal di Indonesia. Dengan demikian, artikel ini merupakan upaya untuk mendorong diskusi dan pemikiran lebih lanjut tentang gaya hidup halal di

Indonesia, serta potensi yang dimilikinya dalam menggerakkan ekonomi, mempromosikan keadilan sosial, dan mempertahankan nilai-nilai keagamaan dalam masyarakat yang semakin global dan beragam.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **Perilaku Konsumsi**

Perilaku konsumsi merupakan pola-pola dan keputusan yang diambil oleh individu atau kelompok dalam membeli, menggunakan, dan membuang barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumsi melibatkan proses pengambilan keputusan, preferensi, dan tindakan yang terkait dengan aktivitas konsumsi (Tyas & Supriyanto, 2022).

Perilaku Konsumen dipengaruhi oleh kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal, serta keinginan yang lebih luas seperti hiburan, status sosial, atau kepuasan pribadi. Perilaku konsumsi mencerminkan bagaimana individu memprioritaskan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan tersebut. Aspek psikologis seperti persepsi, sikap, keyakinan, dan motivasi juga memainkan peran penting dalam perilaku konsumsi. Konsumen dapat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap produk atau merek, sikap mereka terhadap konsumsi, keyakinan pribadi, dan motivasi yang mendorong mereka untuk membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa (Md Dahlal et al., 2024).

Perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti keluarga, teman, budaya, dan media. Konsumen cenderung terpengaruh oleh norma dan nilai-nilai dalam kelompok sosial mereka, serta oleh pengaruh dari iklan, selebriti, dan tren konsumsi yang ditampilkan dalam media. Selanjutnya aspek ekonomi seperti pendapatan, harga, dan ketersediaan barang dan jasa, juga mempengaruhi perilaku konsumsi. Konsumen akan mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam pengambilan keputusan, misalnya dengan memilih produk yang sesuai dengan anggaran mereka atau menunda pembelian hingga harga turun .

Perilaku konsumsi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan, seperti kepedulian terhadap lingkungan alam dan keberlanjutan. Konsumen dapat memilih produk atau merek yang ramah lingkungan atau mendukung praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial. Perilaku konsumsi adalah fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Memahami perilaku konsumsi dapat membantu perusahaan dan pemasar dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen (Haleem et al., 2020).

### **Halal Lifestyle**

Gaya hidup halal (halal lifestyle) merupakan gaya hidup yang didasarkan pada prinsip-prinsip halal dalam semua aspek kehidupan sehari-hari. Prinsip halal dalam Islam mengacu pada apa yang diperbolehkan dan dianjurkan dalam agama, sedangkan yang tidak halal adalah apa yang dilarang atau diharamkan. Dalam konteks halal lifestyle, konsumen yang mengadopsi gaya hidup halal cenderung memprioritaskan pemenuhan prinsip-prinsip halal dalam berbagai aktivitas, termasuk

makanan dan minuman, kosmetik dan perawatan pribadi, mode dan busana, pariwisata, dan kegiatan lainnya (Handayani et al., 2022).

Berikut adalah beberapa aspek penting dalam halal lifestyle: Pertama, Makanan dan Minuman: Konsumen yang menjalani halal lifestyle berusaha untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang diperoleh dari sumber yang halal, yaitu yang diproduksi, diproses, dan disajikan sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Mereka mencari label halal pada produk makanan dan minuman, memperhatikan bahan-bahan yang digunakan, serta cara pengolahan dan penyajian (Arif et al., 2021).

Kedua, Kosmetik dan Perawatan Pribadi: Dalam halal lifestyle, konsumen juga memperhatikan produk kosmetik, perawatan pribadi, dan produk kecantikan yang sesuai dengan prinsip halal. Ini termasuk memilih produk yang tidak mengandung bahan-bahan haram seperti alkohol, bahan hewani yang tidak halal, dan bahan kimia berbahaya (Bella-Salsa et al., 2023).

Ketiga, Mode dan Busana: Gaya hidup halal juga tercermin dalam pemilihan pakaian dan busana. Konsumen yang mengikuti halal lifestyle cenderung memilih pakaian yang memenuhi persyaratan syariah, seperti menutup aurat dan menghindari pakaian yang terlalu ketat atau terbuka (Faidah et al., 2021).

Keempat, Pariwisata Halal: Pariwisata halal menjadi bagian penting dari halal lifestyle. Konsumen yang mengadopsi halal lifestyle mencari destinasi wisata yang menyediakan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip halal, seperti hotel dengan fasilitas ibadah, makanan halal, dan kegiatan yang ramah keluarga. Secara garis besar Halal lifestyle mencerminkan komitmen individu atau komunitas untuk menjalani gaya hidup yang sesuai dengan aturan dan nilai-nilai agama (Ardiansyah, 2024).

### **Perilaku Konsumsi Halal Industri di Indonesia**

Perilaku konsumsi gaya hidup halal di Indonesia telah menjadi tren yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Konsep gaya hidup halal mencakup pemenuhan prinsip-prinsip halal dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk makanan, minuman, kosmetik, mode, pariwisata, dan lainnya. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi gaya hidup halal di Indonesia antara lain:

1. Pertama, Agama dan Kepercayaan; Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim memiliki hubungan yang erat antara perilaku konsumsi dengan keyakinan agama. Banyak konsumen Muslim di Indonesia yang mementingkan kehalalan produk yang mereka konsumsi sebagai bagian dari praktik keagamaan mereka (Kurnia, 2023).
2. Kedua, Kesadaran dan Kesehatan; Semakin banyaknya informasi dan kesadaran tentang kualitas dan keamanan produk yang dikonsumsi telah mendorong permintaan akan produk halal. Konsumen yang mengadopsi gaya hidup halal sering kali mengaitkan halal dengan kebersihan, kualitas, dan kesehatan.
3. Ketiga, Industri Halal; Adanya perkembangan industri halal di Indonesia telah mendorong ketersediaan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip halal.

Hal ini mencakup munculnya restoran halal, produk makanan dan minuman halal, kosmetik halal, dan sektor lain yang mendukung gaya hidup halal.

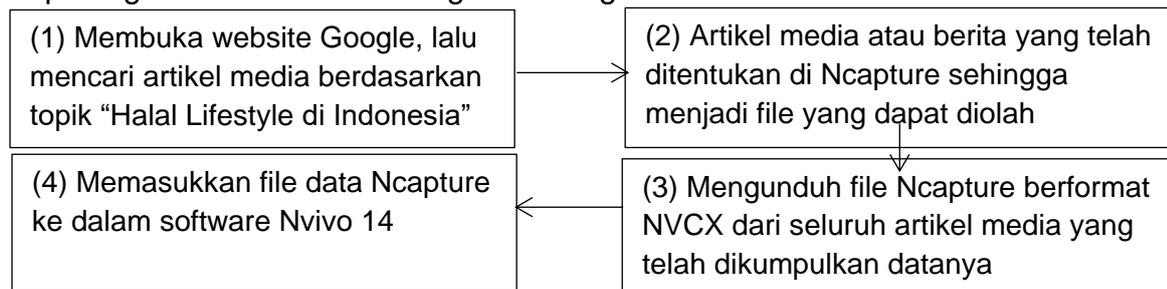
- Keempat, Tren Global: Tren konsumsi gaya hidup halal juga dipengaruhi oleh perkembangan global di mana kesadaran akan makanan dan produk halal telah meningkat secara signifikan di berbagai negara. Hal ini juga mempengaruhi preferensi konsumen di Indonesia. Perilaku konsumsi gaya hidup halal di Indonesia memiliki dampak yang signifikan pada perekonomian, terutama dalam sektor makanan dan minuman, kosmetik, mode, dan pariwisata (Mefid & Eltiveni, 2023).

Pemerintah Indonesia juga telah berperan aktif dalam mendorong pengembangan industri halal dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal. Penting untuk dicatat bahwa perkembangan perilaku konsumsi gaya hidup halal terus berubah seiring waktu, dan literatur terbaru serta penelitian-penelitian terkini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tren dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Nurfahmiyati et al., 2023).

### 3. Metode Penelitian

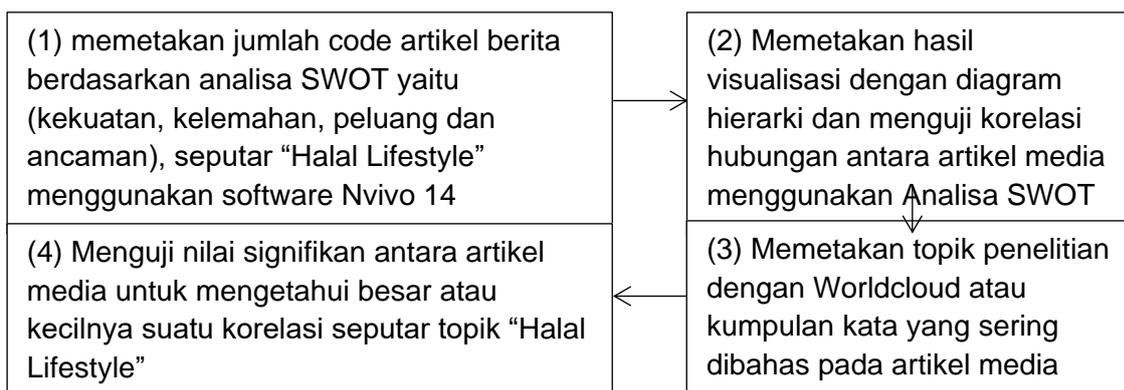
Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan mix-method, yaitu metode kuantitatif menggunakan Nvivo dan metode kualitatif pada studi literature review. Objek penelitiannya adalah Halal Lifestyle yang dipublikasi oleh beberapa media yaitu Republika, Suara Surabaya, Berita OJK, dan Kompasian. Jenis data yang digunakan merupakan data sekunder. Ruang lingkup data yang digunakan adalah topik tentang Halal Lifestyle di Indonesia. Sumber pengambilan data penelitian berasal dari penelusuran artikel media melalui website google. Alat analisis data menggunakan software Nvivo 14.

Menurut (Soehardi et al., 2021) terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dapat digambarkan melalui diagram sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik analisis data dapat digambarkan melalui diagram sebagai berikut:



## Gambar 2. Diagram Teknik Analisis Data

Konsep Analisa SWOT atau (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi tingkat suatu topik penelitian. Analisis ini berguna untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan. Beberapa elemen yang termasuk dalam menganalisis SWOT antara lain sebagai berikut:

- **Kekuatan:** Kekuatan merupakan bagian faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif atau keunggulan bagi entitas. Seperti sumber daya yang kuat, keahlian khusus, reputasi yang baik, akses ke pasar atau jaringan yang luas, teknologi unggul, atau keunggulan biaya. Identifikasi kekuatan membantu peneliti dalam memanfaatkan keunggulan dari sebuah informasi.
- **Kelemahan:** Kelemahan merupakan bagian faktor internal yang menghambat proses keberhasilan. Ini bisa berupa sumber daya yang terbatas, kurangnya pemahaman tentang syari'ah, dan minimnya akuntabilitas yang sesuai pedoman yang berlaku serta yang lainnya. Mengidentifikasi kelemahan membantu entitas untuk menyadari area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.
- **Peluang:** Peluang merupakan bagian faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh pihak yang berkaitan untuk mencapai pertumbuhan atau kesuksesan. Hal ini bisa berupa peningkatan permintaan pasar, perubahan peraturan yang menguntungkan, perubahan tren atau preferensi konsumen, atau peluang ekspansi investasi ke pasar baru. Mengidentifikasi peluang membantu entitas dalam mengalokasikan sumber daya dan strategi perencanaan untuk memanfaatkan peluang yang akan datang tersebut.
- **Ancaman:** Ancaman merupakan bagian faktor eksternal yang dapat menghambat atau membahayakan keberhasilan. Hal ini dapat berupa persaingan yang ketat, perubahan kebijakan pemerintah, perubahan nilai mata uang seperti dollar serta kemajuan teknologi. Mengidentifikasi ancaman membantu peneliti atau pihak yang lain dalam mengantisipasi dan mengelola risiko yang mungkin timbul.

Analisis SWOT membantu memetakan pembahasan ke dalam kategori seperti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman atau tantangan. Hasil yang diperoleh dari analisis dapat digunakan sebagai pertimbangan keputusan dan perencanaan strategi ke depan untuk kemajuan topik yang ingin dituju (Benzaghta et al., 2021). Pendekatan kualitatif dengan alat bantu software NVivo merupakan alat bantu perangkat lunak untuk menganalisis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian. NVivo membantu peneliti dalam menyimpan, mengatur, dan mengeksplorasi data dengan mudah, serta mengurangi risiko kerusakan data mentah. NVivo memungkinkan pengguna untuk menyimpan teks, gambar, audio, dan video secara langsung di dalam proyek, serta mengakses data multimedia tersebut langsung dari dalam platform NVivo. Melalui tangkapan artikel berita yang ada dapat melihat dan memetakan informasi dari sebuah narasi. Beberapa tahapan – tahapan yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform NVivo seperti:

- Import Data: Data kualitatif dalam bentuk teks artikel media, audio, atau video diimpor ke dalam platform NVivo.
- Koding Data: Data dikodekan berdasarkan tema, pola, atau kategori tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.
- Eksplorasi dan Organisasi: Data dieksplorasi untuk mengidentifikasi pola-pola dan hubungan antar tema, serta diorganisasi dalam bentuk matriks atau diagram untuk mempermudah pemahaman.
- Analisis Mendalam: Melalui fitur pencarian dan query, peneliti dapat melakukan analisis mendalam untuk mengidentifikasi hubungan dan pola-pola yang muncul dari data dengan koding yang sudah ditentukan.
- Visualisasi Data: NVivo memungkinkan visualisasi data dalam bentuk diagram, grafik, model konseptual, dan tabel nilai untuk memperjelas temuan analisis. Penarikan Kesimpulan: Berdasarkan hasil analisis, peneliti dapat menarik kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Pemetaan NVivo menjadi alat ukur baru untuk melihat dan menggambarkan hasil temuan berdasarkan narasi artikel media yang sering dibahas.

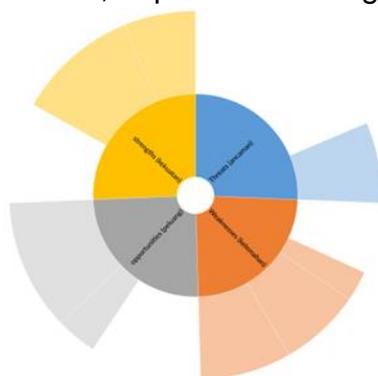
Literatur Review merupakan bagian penelitian yang menjelaskan secara rinci temuan – temuan berdasarkan hasil yang telah diperoleh (Bagaskara, 2023). Menurut (Latifah & Ritonga, 2020) Literatur Review adalah suatu kerangka atau konsep untuk melakukan sebuah analisis dan klasifikasi fakta yang telah dikumpulkan dalam penelitian yang dilakukan. Adapun beberapa aspek dalam literature review yang sering muncul pada penelitian seperti memberikan ringkasan terhadap hasil – hasil yang diperoleh, mengemukakan hasil dan memberikan evaluasi .

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Hasil penelitian

#### Visualisasi Hierarki Chart

Pemetaan Hierarki Chart menggunakan alat bantu Nvivo 14 mempunyai fungsi untuk melihat dan menggambarkan secara menyeluruh analisis SWOT berdasarkan sumber berita yang telah ditentukan, dapat melalui diagram maupun tabel.



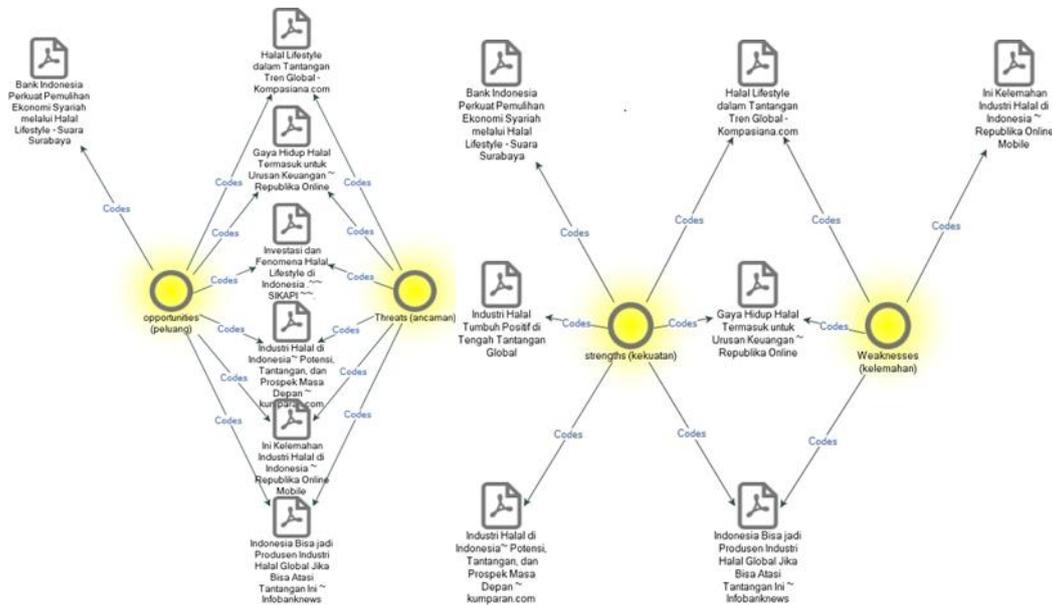
Gambar 1. Hierarki Chart

Pada Gambar 1 menjelaskan bahwa: Warna biru menggambarkan threats (ancaman), warna kuning menggambarkan strengths (kekuatan), warna orange

menggambarkan weaknesses (kelemahan), dan warna abu-abu menggambarkan opportunities (peluang). berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa warna kuning, warna orange, warna biru, dan warna abu-abu memiliki besaran yang sama.

### Visualisasi Comparison Topik Media

Pemetaan comparison topik media mempunyai fungsi untuk melihat dan menggambarkan perbandingan hubungan antara beberapa media dengan topik yang telah ditentukan.



Gambar 2. Comparison Topik Media

Pada Gambar 2 perbandingan hubungan topik media menjelaskan bahwa:

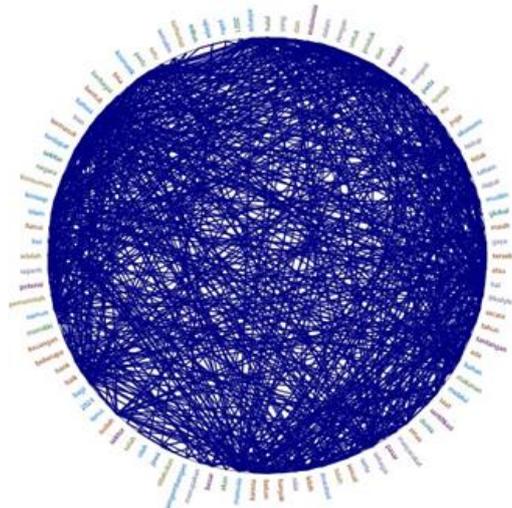
1. Perbandingan hubungan topik media sebelah kiri menggambarkan opportunities (peluang) dan threats (ancaman). Terdapat enam topik yang mempunyai kesamaan membahas opportunities (peluang) dan threats (ancaman) yaitu "Halal Lifestyle dalam tantangan tren global", "Gaya hidup halal termasuk untuk urusan keuangan", "Investasi dan fenomena halal lifestyle di Indonesia", Industri halal di Indonesia, potensi, tantangan, dan prospek masa depan", ini kelemahan industri halal di Indonesia", dan "Indonesia bisa jadi produsen industri halal global jika bisa atasi tantangan ini". Sedangkan terdapat satu topik yang membahas mengenai opportunities (peluang) tetapi tidak membahas threats (ancaman) yaitu "Bank Indonesia perkuat pemulihan ekonomi syariah melalui halal lifestyle".
2. Perbandingan hubungan topik media sebelah kanan menggambarkan Strengths (kekuatan) dan weaknesses (kelemahan). terdapat tiga topik yang mempunyai kesamaan membahas strengths (kekuatan) dan weaknesses (kelemahan) yaitu, "Halal lifestyle dalam tantangan tren global", Gaya hidup halal termasuk untuk urusan keuangan", dan Indonesia bisa jadi produsen industri halal global jika bisa atasi tantangan ini". Sedangkan terdapat tiga topik yang membahas strengths (kekuatan) tetapi tidak membahas weaknesses (kelemahan), yaitu "Bank Indonesia perkuat pemulihan ekonomi syariah melalui halal lifestyle", "Industri halal tumbuh positif di tengah tantangan global", dan "industri halal di Indonesia,



Berdasarkan Gambar 4 dapat diketahui kata-kata yang sering muncul dan dibahas dalam media yaitu: halal, Indonesia, produk, industri, syariah, ekonomi, saham, muslim, global, gaya, lifestyle, tahun, tantangan, bahan, makanan, melalui, sertifikasi, dunia, emas, masyarakat, pasar, sebagai, serta, investasi, lebih, nilai, banyak, manusia, akan, salah, bank, beberapa, keuangan, memiliki, namun, pemerintah, besar, sektor, potensi, seperti, adalah, bel, harus, Islam, konsep, merupakan, sudah, konsumsi, bahwa, bentuk, berbagai, bisa, kosmetik, perlu, pengembangan, terus, negara, satu, yaitu, 2021, adanya, Allah, berasal, dilakukan, 2023, sekitar, semakin, fenomena, lalu, miliar, nasional, peluang, Jawa, bagi, terdapat, terhadap, hingga, maka, persen, pusat, sehingga, oleh, baik, termasuk, triliun, jumlah, mencapai, tumbuh, agar, berinvestasi, bukan, tren, upaya, lainnya, meskipun, umat, aku, atas, diserahkan, haram.

### Visualisasi Correlation World Frequency Results

Correlation World Frequency Results mempunyai fungsi yaitu untuk menggambarkan secara menyeluruh satu topik dengan satu topik lainnya (Soehardi et al., 2021)



Gambar 5. Correlation World Frequency

Melalui Gambar 5 dapat menggambarkan keseluruhan korelasi antara satu topik dengan yang lainnya, terlihat bahwa korelasi yang cenderung padat memiliki arti pembahasan Halal Lifestyle saling berkorelasi secara strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman).

### Nilai Signifikansi Topik Media menggunakan Analisis SWOT

Nilai signifikansi topik merupakan alat ukur untuk melihat korelasi antara media dengan topik yang sudah ditentukan (Hafidhah & Yandari, 2021), dengan menggunakan analisa SWOT.

Pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa korelasi yang paling besar adalah korelasi antara threats (ancaman) dan opportunities (peluang) dengan nilai sebesar 0,830415 (antara 0,5-1,0) serta bernilai positif, hal ini menunjukkan topik yang sering dibahas pada media mengenai Halal Lifestyle. Sedangkan korelasi yang paling kecil adalah korelasi antara weaknesses (kelemahan) dan opportunities (peluang) dengan nilai sebesar 0,604148 (0,5-0,7) serta bernilai positif, hal ini menunjukkan topik yang jarang dibahas pada media mengenai Halal Lifestyle.

Tabel 1. Nilai Signifikansi

| Code A                        | Code B                         | Pearson correlation coefficient |
|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| Codes\\Threats (ancaman)      | Codes\\opportunities (peluang) | 0.830415                        |
| Codes\\Threats (ancaman)      | Codes\\strengths (kekuatan)    | 0.814559                        |
| Codes\\strengths (kekuatan)   | Codes\\opportunities (peluang) | 0.733848                        |
| Codes\\Weaknesses (kelemahan) | Codes\\Threats (ancaman)       | 0.691833                        |
| Codes\\Weaknesses (kelemahan) | Codes\\strengths (kekuatan)    | 0.666076                        |
| Codes\\Weaknesses (kelemahan) | Codes\\opportunities (peluang) | 0.604148                        |

Sumber: Nvivo 14

### Analisis SWOT

Pada keseluruhan artikel media yang diperoleh terdapat beberapa pembahasan yang sering muncul, melalui analisis SWOT dan dibantu software NVivo peneliti dapat memetakan yang baru tentang “Analisis Pemetaan Media tentang Halal Lifestyle di Indonesia”. Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui analisis SWOT pada literasi Halal Lifestyle mempunyai beberapa kategori seperti:

- Kekuatan Halal Lifestyle di Indonesia yang sering dibahas oleh artikel media adalah jumlah penduduk muslim yang banyak di Indonesia, kemudahan teknologi serta dukungan pemerintah melalui regulasi
- Kelemahan Halal Lifestyle di Indonesia sering dibahas oleh artikel media adalah keterbatasan kriteria yang sesuai, pengembangan akses informasi, serta ruang lingkup budaya yang sesuai
- Peluang Halal Lifestyle di Indonesia sering dibahas oleh artikel media adalah mendorong inovasi produk yang sesuai dengan syari'ah, pengembangan pasar baru keterlibatan peran pemerintah dan swasta dalam mendorong industri halal serta dukungan modal melalui investasi
- Tantangan Halal Lifestyle di Indonesia sering dibahas oleh artikel media adalah tingkat SDM, manajemen operasional, penggunaan teknologi, kemitraan, kepatuhan syari'ah, literasi masyarakat, infrastruktur pendukung, pemasaran serta daya saing antar negara.

### 4.2 Pembahasan

Literatur Review mengenai “Analisis SWOT pemetaan media tentang Halal Lifestyle di Indonesia” menggunakan alat bantu NVivo membantu memetakan topik pembahasan yang sering dibahas pada artikel media seperti: Hierarki Chart yang menggambarkan topik yang sering dipakai, terlihat pada hasil diatas Warna biru menggambarkan threats (ancaman), warna kuning menggambarkan strengths (kekuatan), warna orange menggambarkan weaknesses (kelemahan), dan warna abu-abu menggambarkan opportunities (peluang). Kemudian Comparision topik media untuk membandingkan hubungan topik dari beberapa artikel media, terlihat

pada hasil diatas hubungan antara peluang dan ancaman terdapat enam topik yang memiliki kesamaan, Sedangkan terdapat satu topik yang membahas mengenai peluang tetapi tidak membahas ancaman. Perbandingan hubungan antara kekuatan dan kelemahan terdapat tiga topik yang saling berhubungan, dan terdapat tiga topik yang membahas kekuatan tetapi tidak membahas kelemahan, serta ada satu topik yang berhubungan kelemahan dengan tetapi tidak berhubungan dengan kekuatan

Word Cloud membantu melihat kata – kata yang sering dipakai pada artikel media, terlihat pada hasil diatas kata yang sering muncul yaitu: Halal, Indonesia, produk, dan industri, kemudian diperinci lagi melalui hasil Word Frequency Results. Correlation World Frequency Results membantu untuk melihat secara keseluruhan hubungan antara satu topik dengan satu topik lainnya, terlihat pada hasil diatas yaitu korelasi cenderung padat yang berarti saling berkorelasi antara topik kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan. Hasil nilai signifikansi artikel media menggambarkan tingkat tinggi atau rendahnya korelasi terlihat pada hasil diatas yaitu topik yang sering dibahas adalah mengenai ancaman dan peluang. Sedangkan topik yang jarang dibahas oleh media adalah kelemahan dan peluang.

Berdasarkan ringkasan literatur review diatas dapat menggambarkan topik pembahasan yang sering dibahas pada artikel media mengenai potensi halal tourism di Indonesia. Pemetaan tersebut dapat menjadi pengetahuan baru tentang literasi pariwisata halal kepada masyarakat luas sehingga menjadi daya tarik tersendiri di masa depan.

## 5. Kesimpulan

Melalui alat bantu NVivo 14 dapat diketahui bahwa analisa SWOT mengenai topik Perilaku Konsumsi Halal Lifestyle di Indonesia yang dipublikasi oleh media menemukan bahwa topik yang sering dibahas adalah mengenai ancaman dan peluang halal lifestyle. Sedangkan topik yang jarang dibahas oleh media adalah kelemahan dan peluang halal lifestyle.

Pada penelitian ini mempunyai keterbatasan pada minimnya literatur kualitatif menggunakan pendekatan NVivo, serta hanya memberikan empat artikel media nasional yang membahas perilaku konsumsi halal lifestyle di Indonesia belum secara menyeluruh di berbagai negara. Saran kepada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dengan memperdalam kajian kualitatif dalam pendekatan NVivo serta dapat menambahkan media baik di Indonesia atau luar negeri guna memperkaya referensi data.

## Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penelitian dan penyelesaian penulisan naskah. baik sahabat maupun dosen yang bertindak sebagai mentor, penyedia data, dan lainnya.

## Referensi

Ardiansyah, M. R. (2024). Financial Technology on Halal MSMEs in Indonesia: Literature Study. *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 3(1), 27–35.

- Arif, Z., Bahri, E. S., Wardo, W., & Zulfritria, Z. (2021). Opportunities and Challenges of Halal Product Business Pasca Covid- 19 in Indonesia. *Istinbath*, 19(2), 374–398. <https://doi.org/10.20414/ijhi.v19i2.274>
- Bagaskara, D. Y. (2023). *SWOT Analysis of the Economic Potential of Islamic Boarding Schools in Indonesia : NVivo Approach Study and Literature Review*. 5(4), 566–579. <https://doi.org/https://doi.org/10.24256/kharaj.v5i4.3739>
- Bella-Salsa, A., Betania Kartika, Jaiyeoba, H. B., & Jamaludin, M. A. (2023). Halal Lifestyle Entrepreneurship: Concept, Practice, Prospects and Challenges. *Journal of Halal Science and Technology*, 2(2), 19–25. <https://doi.org/10.59202/jhst.v2i2.725>
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Faidah, M., Rusmanto, H., Rahmawati, L., Kusstianti, N., & Wijayanti, F. P. (2021). Exploring muslim tourist needs at Halal Spa facilities to support Indonesia's Sharia Tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 9(1), 118–131.
- Guritno, P., Bagaskara, D. Y., & Putra, Y. H. S. (2024). Analisis Pembiayaan Akad Musyarakah pada Lembaga Keuangan Syari'ah di Indonesia: Studi Pendekatan NVivo dan Literatur Review. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2118>
- Hafidhah, H., & Yandari, A. D. (2021). Training Penulisan Systematic Literature Review dengan Nvivo 12 Plus. *Madaniya*, 2(1), 60–69. <https://doi.org/10.53696/27214834.39>
- Haleem, A., Khan, M. I., Khan, S., & Jami, A. R. (2020). Research status in Halal: a review and bibliometric analysis. *Modern Supply Chain Research and Applications*, 2(1), 23–41. <https://doi.org/10.1108/mscra-06-2019-0014>
- Handayani, D. I., Masudin, I., Haris, A., & Restuputri, D. P. (2022). Ensuring the halal integrity of the food supply chain through halal suppliers: a bibliometric review. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1457–1478. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2020-0329>
- Jailani, N., & Adinugraha, H. H. (2022). The Effect of Halal Lifestyle on Economic Growth in Indonesia. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 6(1), 44–53. <https://doi.org/10.18196/jerss.v6i1.13617>
- Kraiwanit, T., & Limna. (2023). NVivo for Social Sciences and Management Studies: A Systematic Review. *Advance Knowledge for Executives*, 2(3), 1–11.
- Kurnia, M. I. (2023). *Islamic Branding of Indonesian Products : A Literature Review and Classification*. 14(2), 87–93.
- Latifah, L., & Ritonga, I. (2020). Systematic Literature Review (SLR): Kompetensi Sumber Daya Insani Bagi Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2763>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>

- Md Dahlal, N., Sheereza Mohamed Saniff, & Che NurHidayu Che Noh. (2024). Harmonising Food Safety and Friendly Service through Halal and Toyyib Principles. *Halalsphere*, 4(1), 80–87. <https://doi.org/10.31436/hs.v4i1.89>
- Mefid, K. N., & Eltiveni, I. (2023). *RFID Technology to Improve Integrity of Halal Fashion Supply Chain Management: A Systematic Literature Review*. Atlantis Press International BV. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-158-6\\_40](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-158-6_40)
- Nurfahmiyati, Assyofa, A. R., & Nurcholisah, K. (2023). Factors Driving Decision Making for Purchasing Halal Products in Indonesia: Literature Review. *Kajian Akuntansi*, 24(2), 346–352. [https://doi.org/10.29313/kajian\\_akuntansi.v24i2.2558](https://doi.org/10.29313/kajian_akuntansi.v24i2.2558)
- Soehardi, F., Putri, L. D., & Dinata, M. (2021). NVivo Software Training for Young Researchers. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 8–13. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang265>
- Tyas, D. A., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari Halal Lifestyle, Muslim Friendly Facilities, Dan Knowledge. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), 141–152. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i2.766>