

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

The State of Global Islamic Economy Report 2023 melaporkan bahwa Indonesia mempertahankan posisi kedua dalam Indikator Makanan Halal dan posisi ketiga dalam Indikator Modest Fashion. Sedangkan obat-obatan dan kosmetik halal Indonesia naik dari nomor 8 menjadi nomor 5. Indonesia naik 23 posisi ke peringkat keenam dalam indikator Media dan Rekreasi yang sebelumnya tidak masuk dalam 10 besar kategori ini. Di sisi keuangan Islam Indonesia turun satu peringkat dari posisi keenam menjadi ketujuh. SGIE juga menyebutkan ekspor Indonesia ke negara-negara anggota OKI bernilai US\$13,38 miliar pada tahun 2022. Bahkan Indonesia merupakan salah satu dari dua negara anggota OKI yang masuk dalam 10 besar eksportir OKI bersama Turki. Indonesia juga merupakan negara dengan aliran masuk FDI tertinggi kedua di antara negara anggota OKI dan peringkat ke-19 dalam hal aliran masuk FDI secara global.¹ Capaian ini menjadi sebuah harapan sekaligus tantangan bagi Indonesia untuk mengembangkan industri halal. Terlebih secara demografi, penduduk Indonesia didominasi oleh masyarakat muslim yang memiliki kecenderungan lebih terhadap produk halal yang merupakan ketentuan mutlak dalam Islam.

Produk halal menjadi sangat penting. Halal dalam konteks ini merujuk pada produk yang sesuai dengan hukum Islam terutama dalam hal makanan, minuman, dan barang konsumsi lainnya. Dalam konteks berkonsumsi santri merupakan salah satu unsur masyarakat yang beridentitas sebagai konsumen halal. Di dalam aktivitas berkonsumsi para santri telah mendapatkan berbagai ilmu dan pelajaran yang mengajarkan tentang kehalalan dalam konsumsi. Pengetahuan tersebut mencakup perbedaan barang halal dan non halal serta etika dan mekanisme dalam mengkonsumsi barang halal.²

Produk halal yang seyogyanya dikonsumsi kalangan muslim memiliki banyak hikmah dalam kehidupan. Makna produk halal dimana saat ini berkembang tidak hanya berdasarkan syariat islam namun menjelma menjadi sebuah produk dengan branding sebagai produk yang sehat, bersih dan menjadi jaminan standar dan kualitas hidup bahkan tidak hanya di kalangan muslim tetapi juga non-muslim. Berdasarkan hal tersebut tentunya industri produk halal semakin nampak peran pentingnya dalam kehidupan. Makanan halal telah menjadi jaminan standard kualitas produk sehingga membuat peningkatan jaminan dunia usaha.³ Produk halal juga harus memenuhi standar yang ditetapkan oleh badan penyelenggara jaminan produk halal (BPJPH) dan

¹Novalini Jailani, “*The Effect of Halal Lifestyle on Economic Growth in Indonesia*” *journal of economic research and social sciences*, vol.6 no.1, 99.

² Ade Nur Rohim and Prima Dwi Priyanto, ‘Aktualisasi Gaya Hidup Halal Dalam Pola Konsumsi Santri Ade’, *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, 5.2 (2024), p. 145.

³ Ahmad Makhtum and Muhammad Ersya Faraby, ‘Sertifikasi Produk Halal Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bangkalan’, *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 5.1 (2021), p. 42, doi:10.30651/justeko.v5i1.8761.

otoritas agama seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI). Selain badan penyelenggara jaminan produk halal (BPJPH) dan lembaga Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk memastikan bahwa bahan dan proses produksinya tidak melanggar prinsip-prinsip syariah juga diperlukan adanya lembaga pendukung lainnya salah satunya adalah pondok pesantren.⁴

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam di Indonesia memainkan peran penting dalam menyebarluaskan pemahaman tentang produk halal. Pondok pesantren menjadi lembaga pendidikan yang mengajarkan ilmu duniawi sekaligus ukhrawi.⁵ Selain memberikan pendidikan agama, pondok pesantren seringkali terlibat dalam kegiatan yang mempromosikan konsumsi produk halal dan membantu masyarakat memahami pentingnya kepatuhan terhadap hukum Islam dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam memilih produk.⁶

Peningkatan jumlah produk konsumsi berlabel halal baik di level nasional maupun global, mengindikasikan peningkatan minat masyarakat terhadap konsumsi produk halal. Secara bertahap, konsumsi dan penggunaan produk halal menjadi sebuah gaya hidup yang dijalani masyarakat. Karena halal tidak hanya murni soal agama tapi juga menyangkut aspek bisnis, kesehatan dan perdagangan.⁷ Pola ini akan menjadikan halal sebagai lifestyle di kalangan masyarakat.

Fenomena halal *LifeStyle* menjadi trend di era digital. Halal *LifeStyle* adalah gaya hidup halal yang sesuai kaidah-kaidah Islam seperti halal-haram, sehat, aman dan higienis. Konsep halal sendiri dapat di pandang dari dua perspektif yaitu perspektif agama dan perspektif industri. Konsep halal dalam perspektif agama akan menghasilkan adanya aturan untuk mengkonsumsi suatu produk berdasarkan dengan keyakinan atau tidak sehingga berdampak pada perlindungan konsumen. Dapat juga dikatakan *Islamic Lifestyle* adalah mengikuti gaya hidup masa kini namun dengan cara dan gaya tetap syar'i (ajaran Islam yang berpedoman pada Al-quran dan Hadits).⁸ Sedangkan dari sisi industri akan berdampak pada peluang bisnis yang lebih besar dan terciptanya industri halal. Para kaum milenial yang hidup di era digital cenderung menggunakan produk-produk atau jasa yang halal meliputi pakaian, wisata halal, kosmetik dan juga pemilihan lembaga keuangan syariah. Masuknya perilaku kehidupan yang halal akan mendokrak permintaan dan penawaran terhadap produk barang dan jasa halal. Secara tidak langsung akan membentuk industri gaya hidup halal. Bagi kaum muslim produk label halal

⁴ Fuad Masykur, 'Asuransi Dalam Perspektif Islam', *Madani Syari'ah*, 2019, 90.

⁵ A. H. Fajrin, 'Peran Pendidikan Di Lingkungan Pesantren Dalam Pembentukan Perilaku Ekonomi Yang Berwawasan Pancasila.', *National Conference On Economic Education*, 2016, pp. 7–8.

⁶ Honest Dody Molasy and others, 'Peran Kyai Dan Pesantren Dalam Pengembangan Industri Halal Di Indonesia Studi Kasus Di Pacitan Dan Kangean', *Konferens Nasional : Digital Ekonomi Dan Pembangunan Berkelanjutan 2023*, 1.1 (2023), p. 184 <www.ekon.go.id>.

⁷ Saniatun Nurhasah, Jono M Munandar, and Muhammad Syamsun, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal Pada Konsumen', *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8.3 (2018), pp. 250–60, doi:10.29244/jmo.v8i3.22473.

⁸ Siti Homsyah and Indriya, 'Penerapan Konsep Syariah Dalam Pengembangan Bisnis Ikm Fashion Muslim Di Era 4.0', 2020, p. 17.

menjadi lebih menarik dibandingkan dengan produk yang tidak menggunakan label halal.⁹

Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa gaya hidup halal (halal lifestyle) dapat menjadi sebuah pendorong dalam keputusan pembelian bagi para konsumen. Menurut penelitian Zhofrani, menyatakan bahwa perilaku halal lifestyle dapat menjadi pemicu setiap konsumen dalam membeli produk makanan atau minuman halal.¹⁰

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui apakah perilaku halal lifestyle telah diterapkan di kalangan santri yang memang kesehariannya tidak terlepas dari gaya hidup halal (halal lifestyle) karena sebagai seorang muslim tentunya harus menjalankan kehidupan sesuai dengan syariah. Kebaruan penelitian ini berfokus pada pola konsumsi santri. Beberapa penelitian terdahulu telah menjabarkan pola konsumsi islami santri, namun belum dilakukan kajian pada implementasi konsumsi halal santri dalam perspektif halal *lifestyle* di beberapa pondok pesantren.

Maka berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul ” Implementasi Halal Lifestyle Santri Pada Pondok Pesantren Nurul Islam Dan Pondok Pesantren Hidayatullah”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana Implementasi Halal *Lifestyle* santri di Pondok Pesantren Nurul Islam dan Pondok Pesantren Hidayatullah?

1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa tujuan dan manfaat penelitian dari penelitian ini, yaitu :

1.3.1. Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

Mendorong mahasiswa untuk dapat memahami permasalahan yang ada di luar atau di masyarakat dan diharapkan supaya mahasiswa dapat menemukan solusi atau kemungkinan terbaik dalam memecahkan masalah sosial tersebut.

b. Tujuan Khusus

Untuk mengetahui Implementasi Halal Lifestyle Santri Pada Pondok Pesantren Nurul Islam Dan Pondok Pesantren Hidayatullah

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru terkait Implementasi Halal Lifestyle Santri Di Pondok Pesantren Nurul Islam dan Pondok Pesantren Nurul Islam

b. Bagi Akademisi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa membantu akademisi sebagai literasi kampus yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya, khususnya mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo

⁹ Galuh, ‘Urgensi Partisipasi Pesantren Sebagai Pusat Edukasi Dan Moderasi Islam Dalam Percepatan Pariwisata Halal Di Indonesia’, 2018, p. 38.

¹⁰ Zhofrani Putri Hasmi, ‘Perilaku Halal Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen’, *KarismaPro*, 13.2 (2023), p. 99, doi:10.53675/karismapro.v13i2.255.

Madura.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan acuan tolak ukur ketangguhan lembaga kepada umum tentang membangun human capital halal. Dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi penelitian selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan dalam materi- materi yang lainnya untuk meningkatkan kualitas pembelajaran.

1.4.Target Luaran

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Publikasi Jurnal Nasional	Selesai
2.	HKI	Selesai
3.	Poster	Selesai

Target luaran dalam penelitian ini adalah Publikasi Jurnal Nasional.

1.5. Jadwal Penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN/TAHUN 2023				
		8	9	10	11	12
1	Koordinasi Bersama Dosen Pembimbing					
2	Menentukn Judul Penelitian Dan Mengidentifikasi Permasalahan Yang Diangkat					
3	Penyusunan Proposal Penelitian					
4	Review Proposal Penelitian					
5	Seminar Proposal Penelitian					
6	Menyusun Pertanyaan Wawancara					
7	Melakukan Penelitian Ke Lokasi Penelitian					
8	Pengumpulan Data Dan Mengolah Data					
9	Menyusun Laporan Kemajuan Artikel/ Jurnal Sebagai Tugas Luaran					
10	Seminar Hasil Penelitian MBKM Riset					