

BAB I

PENDAHULUAN

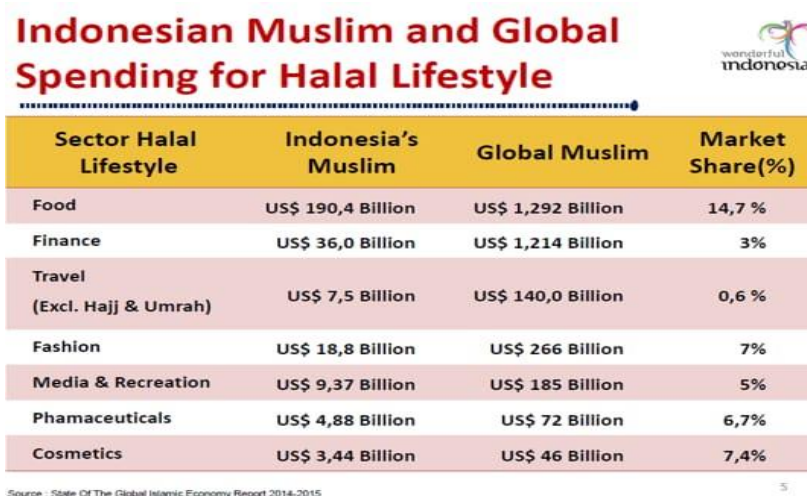
A. Latar Belakang

Jika berbicara tentang halal, haram, mungkin yang terbayang dalam benak seseorang adalah sebuah produk makanan. Padahal persoalan halal tidak berhenti di sini. Ada banyak aspek antara lain; fashion, kosmetik, obat-obatan, makanan dan sebagainya. Indonesia sebagai negara yang mayoritas berpenduduk muslim merupakan sebuah tantangan sekaligus potensi dalam penerapan aspek halal. Apalagi jika melihat lebih luas ke tataran dunia, berdasarkan data yang bersumber dari *State Of Global Islamic Economic* bahwa jumlah total penduduk dunia mencapai 7 milyar. Dan dari 25% tersebut merupakan penduduk muslim, jika diambil 56 negara berpenduduk mayoritas muslim. Adapun jumlah total dana muslim yang dikeluarkan untuk kebutuhan halal pada tahun 2019 mencapai 3,7 triliun dolar. Dengan rincian 1.292 milyar dolar untuk makanan dan minuman halal, 1.214 milyar dolar untuk sector keuangan, 266 milyar dolar untuk fashion/pakaian halal, 140 milyar dolar untuk sector pariwisata halal, 72 milyar dolar untuk farmasi dan obat-obatan halal, 46 milyar dolar untuk sector alat rias / kosmetik halal, serta 185 milyar dolar untuk media dan rekreasi.¹

¹Misbahul Munir, "Akselerasi Trend Halal Lifestyle" dalam <https://www.indonesiana.id/read/96252/akselerasi-tren-halal-lifestyle>, diakses tanggal 05 Februari 2020.

Pada saat ini konsep halal telah menjadi trend dalam perkembangan ekonomi islam dunia, dan konsep halal saat ini tidak hanya *booming* di kalangan masyarakat muslim saja, akan tetapi sudah menjadi urusan banyak kalangan, mulai dari munculnya produk makan dan minuman halal, kosmetik halal, halal fashion, halal *tourism* hingga gaya hidup halal (halal lifestyle).²

Halal *lifestyle* yang sedang trend di Indonesia saat ini terdiri dari sektor makanan halal, pakaian/fashion halal, kosmetik halal dan sebagainya. Pengeluaran umat muslim Indonesia untuk *halal lifestyle* (gaya hidup halal) dapat di lihat pada tabel berikut ini.



Sector Halal Lifestyle	Indonesia's Muslim	Global Muslim	Market Share(%)
Food	US\$ 190,4 Billion	US\$ 1,292 Billion	14,7 %
Finance	US\$ 36,0 Billion	US\$ 1,214 Billion	3%
Travel (Excl. Hajj & Umrah)	US\$ 7,5 Billion	US\$ 140,0 Billion	0,6 %
Fashion	US\$ 18,8 Billion	US\$ 266 Billion	7%
Media & Recreation	US\$ 9,37 Billion	US\$ 185 Billion	5%
Phamaceuticals	US\$ 4,88 Billion	US\$ 72 Billion	6,7%
Cosmetics	US\$ 3,44 Billion	US\$ 46 Billion	7,4%

Source : State Of The Global Islamic Economy Report 2014-2015

Sumber: State of the Global Islamic Economic

Halal *lifestyle* dapat menjadi salah satu segmen pasar yang cukup baik untuk meningkatkan ekonomi. Halal *lifestyle* (gaya hidup halal) juga dapat membentuk cara hidup yang berlandaskan al-qur'an dan hadis yang

²Chandra Sukma Anugrah, Harry B Santoso, dan Indra B, "Sistem Informasi Geografi Pariwisata Halal Berbasis Android Dengan Metode Geolocation," *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sains*, 18 September 2019. 2.

mendorong manusia dapat memilih diantara perkara hak dan batil.³ Halal *lifestyle* sangat penting bagi seluruh muslim di dunia. Karna ini mengarah pada cara hidup yang benar dan tidak bias. Kata halal disini berasal dari bahasa arab yang mengacu pada tafsir Al-Quran yang mempunyai arti bahwa segala sesuatu yang diizinkan oleh syariah. syariah menjelaskan dan mengatur tentang sikap manusia dalam kehidupan pribadinya dan sosialnya.⁴

Konsep dari halal *lifestyle* itu sederhana, karena suatu yang halal sudah pasti baik, bersih, dan sehat tentunya. Jika mengkonsumsi yang halal maka akan mendapat sebuah kebaikan dan terhindar dari keburukan. Oleh sebab itu banyak negara yang bukan mayoritas penduduk muslim juga ikut berpartisipasi dalam halal *lifestyle*. Saat ini sudah banyak sector yang mendukung penerapan gaya hidup halal, karna halal *lifestyle* dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, baik dalam hal makanan, pakaian sehari-hari, kosmetik, serta pola hidup lainnya yang masih berbasis pada prinsip syariah yakni halal.⁵

Halal *Lifestyle* memiliki makna berperilaku sesuai dengan syariah yang bertujuan untuk menjaga dan melindungi umat Islam dalam mengkonsumsi barang yang tidak halal dalam hidupnya. Kesimpulannya

³Asep Syarifuddin H, dan Mustolin S, "Argumen Hukum Jaminan Produk Halal," *Jurnal Bimas Islam* Vol. 8. No.1 2015. 35.

⁴Hendra Hermawan Adinugraha, Mila Sartika, "Halal lifestyle di Indonesia," *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 05, No 02, April 2019, 6.

⁵ Ativa Hesti A, Risky Dwi Afriadi, Caesar P, dan Ade Lestari, "Platform halal lifestyle dengan Aplikasi Sonsep one Stop Solution," *Falah Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1. Februari 2019, 59.

bahwa halal lifestyle merupakan bergaya hidup yang tidak melanggar nilai-nilai ajaran Islam.⁶

Berbicara halal *lifestyle*, Indonesia yang merupakan negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, masih jauh tertinggal dengan negara-negara tetangga.⁷di antaranya Malaysia yang sudah puluhan tahun menerapkan jaminan halal. Kemudian Thailand yang hanya memiliki 5% penduduk beragama islam akan tetapi berani menyatakan sebagai tujuan wisata dan gaya hidup halal.⁸

Dengan melihat data di bawah ini sangat jelas bahwa Indonesia masih belum mampu memberikan sumbangan yang signifikan untuk halal *lifestyle*, karna Indonesia masih berada pada urutan ke 10 diantara 15 negara-negara lainnya. Peringkat ini diukur dengan *Global Islamic Economy Indicator* (GIEI) yang menunjukkan kondisi terkini mengenai pembangunan ekosistem ekonomi Islam. GIEI di ukur melalui indikator-indikator makanan dan minuman halal, kosmetik halal, fashion halal, keuangan, pariwisata dan travel halal, media dan rekreasi halal, farmasi dan obat-obatan halal.

⁶ Hendra Hermawan Adinugraha, Mila Sartika, "Halal lifestyle di Indonesi...", 8.

⁷ Hendri Hermawan A, Mila Sartika, Ana Kadarningsih, "Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia", 2.

⁸ Annisa Ilmi Faried, "Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion di Indonesia," *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol. 4 No. 2 Juli 2019, 10.

Top 15 Countries	GIE Indicator Score	Islamic Finance	Halal Food	Halal Travel	Modest Fashion	Halal Media and Recreation	Halal Pharmaceuticals & Cosmetics
Malaysia	146	193	89	109	31	57	62
United Arab Emirates	86	88	67	94	63	136	74
Saudi Arabia	67	84	47	43	15	33	47
Bahrain	64	88	30	19	26	40	37
Oman	56	59	57	30	22	40	40
Pakistan	54	56	60	13	21	9	52
Qatar	51	55	42	41	26	61	32
Kuwait	49	57	44	11	11	35	28
Brunel	43	41	52	24	13	29	35
Jordan	42	41	44	39	21	23	50
Indonesia	42	42	42	46	20	10	42
Iran	38	43	35	20	12	24	26
Singapore	36	21	51	25	33	79	63
Sudan	35	32	49	29	9	11	21
Bangladesh	31	36	25	19	26	7	25

10 | State of the Global Islamic Economy | 2017/18

Sumber: State of the Global Islamic Economic

Kondisi tersebut menandakan bahwa Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan beberapa negara tetangga, bahkan dengan negara-negara yang mayoritas non muslim. Padahal potensinya begitu besar.

Sebagai seorang muslim secara tuntutan agama diwajibkan mengkonsumsi dan menggunakan produk-produk yang terjamin kehalalannya, karena esensinya halal bukan hanya dibolehkan atau sah menurut hukum islam akan tetapi pada saat yang bersamaan halal untuk memenuhi tuntutan syariat islam, dan juga sudah menjadi budaya bagi masyarakat muslim di berbagai belahan dunia, untuk mengkonsumsi produk halal.

Produk halal merupakan produk-produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat islam. Artinya produk tersebut tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran islam atau tidak mengandung unsur haram, sehingga dapat dikonsumsi secara aman, salah satu alasan mengkonsumsi

produk halal, karna bersih secara higienis dan meupakan aturan syariat Islam.⁹

Permintaan atau minat masyarakat terhadap produk halal seharusnya berbanding lurus dengan peningkatan/jumlah penduduk muslim. Begitupun dengan negara kita, Indonesia dengan penduduk yang mayoritas muslim seharusnya permintaan/minat akan produk halal terbilang tinggi.¹⁰ Akan tetapi kenyataannya Indonesia masih jauh tertinggal dengan negara-negara lain.

Minat seseorang dalam mengkonsumsi produk halal bisa saja dikarenakan faktor kualitas produk, citra merk, sertifikat halal, ikut-ikutan dan juga karna tingkat pemahaman seseorang¹¹ Karna minat seorang muslim dalam mengkonsumsi produk halal tentunya juga tergantung bagaimana mereka memiliki pemahaman (literasi) terkait apa itu halal bagaimana bergaya hidup halal.

Pemahaman seseorang dapat mempengaruhi niat untuk membeli atau minat menggunakan produk halal.¹² Oleh sebab itu pemahaman tentang halal *lifestyle* sangat penting bagi seorang muslim, karena seorang muslim yang faham tentang halal *lifestyle* sejatinya akan sangat memperhatikan cara bergaya hidup mereka, memperhatikan produk yang

⁹Nidya Waras Sayekti, "Jaminan Produk Halal dalam Perspektif Kelembagaan" *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol.5 No.2, Desember 2014. 196.

¹⁰ Annisa Ilmi Faried, "Implementasi Model Pengembangan Industri Fashion...",14.

¹¹Saniatun Nurhasanah, Jono M Munandar, Muhammad Syamsun, " factor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan olahan Halal padaKkonsumen" *Jurnal Manajemen dan Organisasi* Vol. 8 No. 3 Desember 2017. 5.

¹² Novita Kusuma Maharani, Ani Silvia, "Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal," *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, Vol. 3, No. 1, Juni 2019. 2.

hendak ia konsumsi, dan akan sangat peduli mengenai barang yang akan digunakan.

Utamanya konsumen muslim yang tinggal di lingkungan yang kental akan pengetahuan agamanya, tentunya dianggap lebih sadar terhadap pentingnya produk halal. Salah satunya masyarakat Madura yang di kenal sebagai masyarakat dengan keberagaman yang kuat, patuh dalam menjalankan ajaran agama Islam, dikenal sebagai masyarakat yang religious.¹³ Begitupun dengan mahasiswa ekonomi syariah di Madura, yang notabennya selalu di ajarkan bagaimana hidup seorang muslim yang sesuai dengan aturan syariat Islam atau halal *lifestyle* itu sendiri, mempunyai pemahaman tentang halal *lifestyle*. Oleh sebab itu, hal ini menarik untuk di teliti, apakah literasi halal *lifestyle* yang dimiliki mahasiswa ekonomi syariah berpengaruh terhadap daya minat mereka dalam menggunakan produk halal, bagaimana pengaruh pemahaman (literasi) halal *lifestyle* terhadap daya minat menggunakan produk halal. Karna seseorang yang memiliki tingkat literasi halal *lifestyle* yang tinggi, sejatinya akan lebih berhati-hati dan mampu mengarahkan manusia bijak dalam memilih produk yang akan ia konsumsi.

Penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana literasi halal *lifestyle* dapat mempengaruhi daya minat menggunakan produk halal pada mahasiswa ekonomi syariah di Madura, khususnya mahasiswa ekonomi syariah di UTM(Bangkalan), IAINATA (Sampang), IAIN MADURA

¹³Edi Susanto, "Ruh Islam Dalam Wadag Lokal Madura: Kasus Tanean Lanjeng", *Karsa*, Vol. 16 No. 2, October 2018. 1.

(Pamekasan), INSTIKA (Sumenep) maka penulis membuat sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Halal *Lifestyle* Terhadap Minat Menggunakan Produk Halal (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah di Madura)”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini mengacu pada uraian latar belakang seperti yang telah diuraikan diatas, yaitu:

Bagaimana Pengaruh Literasi Halal lifestyle terhadap minat menggunakan produk halal (Studi kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah di Madura) ?

C. Tujuan dan kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Literasi Halal lifestyle Terhadap Minat Menggunakan Produk Halal (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah di Madura).

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Bagi akademis, menambah ilmu pengetahuan dan wawasan terkait pengaruh literasi halal lifestyle terhadap minat menggunakan produk halal. Dan dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.

2. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan dalam bidang pendidikan ekonomi syariah terutama tentang pengaruh Literasi halal lifestyle terhadap minat menggunakan produk halal. Serta menjadikan motivasi bagi peneliti untuk semakin semangat dalam melakukan penulisan dan memperkaya karyanya dalam kepenulisan.
3. Bagi universitas, dengan adanya penelitian ini peneliti berharap penelitian ini dapat menambah literature serta referensi keilmuan yang dapat dijadikan bahan informasi bagi sivitas akademika yang lainnya mengenai pengaruh literasi halal lifestyle terhadap daya minat menggunakan produk halal.

D. Kajian Pustaka

1. Jurnal, Fitri Lestari dan Duduh Sujana, dengan judul *Pengaruh Halal Lifestyle Terhadap Customer Value Survey pada Hotel Syariah di Bandung*, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis lifestyle masyarakat muslim yang melakukan wisata dan nilai yang diberikan hotel syariah kepada pelanggandalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel bebas halal *lifestyle* (X) sebesar 23% terhadap variabel terikat yaitu customer value (Y). Persamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang halal *lifestyle*. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah variabel dan objeknya. Dalam penelitian ini variabel independennya literasi halal *lifestyle* dan variabel dependennya yaitu minat menggunakan dan objek

yang digunakan mahasiswa ekonomi syariah di Madura. Sedangkan penelitian terdahulu variabel independenya halal *lifestyle* dan variabel dependenya customer value dan objeknya hotel syariah di Bandung.

2. Jurnal, Siti Nur Afifah Binti Hashim, Muslihah Binti Mazlan, Siti Nur Afiqoh Binti Shafie, dengan judul *Aplikasi Gaya Hidup halal Sebagai Usaha Mencapai Matlamat Pelaksanaan Pembangunan Lestari Islam*, penelitian ini bertujuan untuk mengenal pasti komponen yang membentuk gaya hidup halal serta menganalisis aplikasinya sebagai usaha untuk mencapai matlamat pelaksanaan pembangunan lestari Islam. Penelitian tersebut menggunakan kualitatif deskriptif. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang halal lifestyle (gaya hidup halal) sedangkan perbedaannya penelitian ini membahas pengaruh *literasi halal lifestyle terhadap minat menggunakan produk halal* dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Dan penelitian terdahulu membahas tentang *Aplikasi Gaya Hidup halal Sebagai Usaha Mencapai Matlamat Pelaksanaan Pembangunan Lestari Islam* dan menggunakan jenis penelitian kualitatif.
3. Skripsi, Mulyati Mulyati dengan judul *Pengaruh Tingkat Literasi Halal dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin)*, dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tingkat literasi

halal dan tingkat harga terhadap keputusan pembelian pada produk makanan dan seberapa besar pengaruh tingkat literasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk makanan, adapun metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode penelitian kuantitatif, Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang literasi lebih tepatnya yaitu literasi halal dan metode penelitiannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan perbedaannya penelitian ini membahas pengaruh *literasi halal lifestyle terhadap minat menggunakan produk halal* yang mana hanya terdapat 1 variabel yaitu literasi halal. Dan penelitian terdahulu terdapat 2 variabel yaitu tingkat literasi halal dan tingkat harga.

4. Skripsi, Anindita Fahma, M Rifqi Rokhman dengan judul *Pengaruh Literasi Halal Terhadap Actual Purchasing Produk Kosmetik pada Mahasiswi Muslim Fakultas Farmasi Universitas Gajah Mada Berdasarkan Pendekatan Theori Of Planned Behavior*, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi halal terhadap actual purchasing pada produk kosmetik, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif, persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh literasi dan juga sama menggunakan metode kuantitatif, sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut variabel X yang digunakan adalah Literasi Halal sedangkan pada penelitian ini variabel X nya yaitu literasi halal *lifestyle*.

5. Jurnal, Fharidatun Faidah dengan *judul Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor literasi keuangan dan faktor demografi mempengaruhi minat investasi mahasiswa FEB UMK. Adapun metode penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pengaruh literasi terhadap minat, dan metode yang digunakannya sama yaitu metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian tersebut variabel bebasnya yaitu literasi keuangan dan dalam penelitian ini variabel bebasnya literasi halal lifestyle.

E. Sistematika Pembahasan

Agar memperoleh pembahasan yang sistematis, maka peneliti perlu menyusun sistematika sedemikian rupa, sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami Adapun sistematika yang akan kami susun tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Adapun pendahuluan, dalam Bab ini berisi tentang: latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Sedangkan dalam kajian teoritis, berisi tentang teori-teori yang relevan yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian,

diantaranya adalah teori yang membahas tentang literasi, halal *lifestyle*, minat, produk halal.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian, dalam Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian. Diantaranya adalah jenis penelitian, obyek dalam penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan, dalam pembahasan ini merupakan inti dari penelitian, bab ini akan menjelaskan bagaimana Pengaruh literasi halal *lifestyle* terhadap daya minat menggunakan produk halal (studi kasus mahasiswa ekonomi syariah di Madura).

BAB V PENUTUP

Penutup, merupakan Bab terakhir dari keseluruhan penelitian skripsi ini, yang didalamnya mencakup tentang kesimpulan dan saran-saran.

