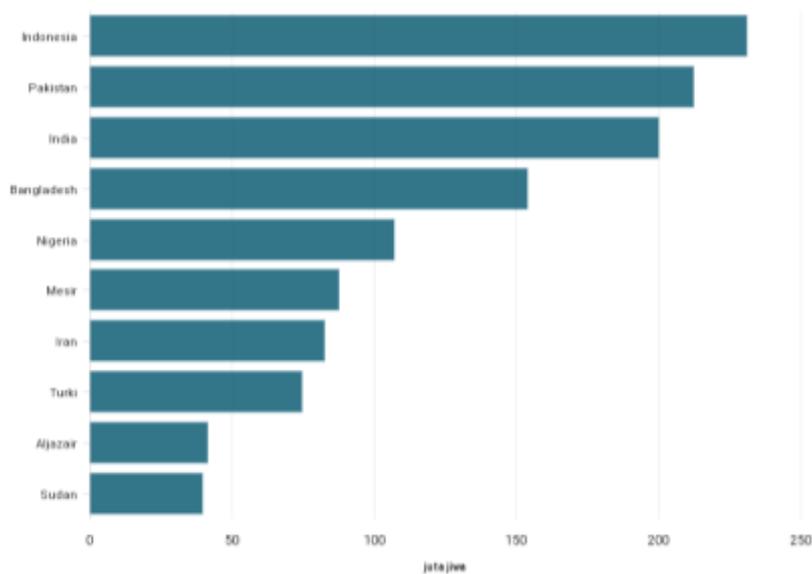


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini populasi umat muslim didunia sudah mencapai 2 miliar orang dan tersebar di sekitar 200 negara yang ada didunia, jumlah umat muslim tersebut diperkirakan setara dengan 25% dari populasi global. Hal ini menurut laporan *Mastercard* dan *Crescent Rating* pada tahun 2022 (Databoks 2022a). Indonesia sendiri juga menjadi negara dengan populasi umat muslim terbesar di dunia. Di lihat dari laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) atau MABDA bertajuk *The Muslim 500* edisi 2022, ada 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama muslim. Jumlah itu setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia. Proporsi penduduk muslim di Indonesia pun mencapai 11,92% dari total populasinya di dunia (Databoks 2022b).



**Gambar 1.1 10 Negara dengan populasi umat muslim terbesar di dunia**

Melihat dari tingginya peningkatan pertumbuhan populasi muslim memberikan peluang baru dalam dunia bisnis apalagi saat ini ekonomi secara syariah memberikan trend tersendiri sehingga menciptakan wajah baru di era revolusi industri 4.0. Gaya hidup halal atau disebut juga dengan halal *lifestyle* saat ini tengah menjadi sebuah tren global. Dimana banyak negara- negara di berbagai belahan dunia tengah berupaya menerapkan sistem halal *lifestyle* dalam kehidupan sehari-hari. Pendorong halal dari Indonesia Halal Watch (IHW) mengatakan, gaya hidup halal merupakan gaya modern yang harus beriringan dengan pola konsumsi yang sehat. Artinya orang yang menjalankan gaya hidup modern itu hanya mengonsumsi makanan-makanan halal saja dan menghindari yang tidak halal. Karena makanan yang halal itu diyakini bukan hanya bersih dan sehat tetapi juga mengandung keberkahan (Astuti 2020).

Dalam perkembangannya, gaya hidup halal telah menarik perhatian berbagai kalangan, bukan hanya menarik bagi kalangan umat muslim, melainkan juga bagi kalangan non-muslim dalam mengonsumsi produk halal. Hal ini didorong oleh kepercayaan sebagian besar kalangan di tingkat global, bahwa halal *lifestyle* didasarkan pada keinginan untuk mewujudkan gaya hidup sehat. Seiring kebutuhan umat manusia untuk menjalani gaya hidup sehat, konsep halal pun mengikuti perubahan yang terjadi dan menjadi bersifat universal dan mengandung unsur kemaslahatan bagi seluruh manusia, sehingga konsep halal tidak hanya mencakup kebutuhan untuk menjalankan syariah, tetapi juga mengandung konsep keberlanjutan dalam semua aktivitas manusia sejalan dengan gaya hidup manusia.

Dalam kaitannya dengan bahasa komunikasi pemasaran, terkait konsep gaya hidup halal tersebut para ahli pemasaran memaknai gaya hidup halal tidak dimaksudkan untuk pembatasan atau pemaksaan, melainkan untuk memperkenalkan kembali rahmatan lil'alamin- nya ajaran Allah SWT dari sudut pandang syariah yang sudah dinyatakan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist (Rachim and Santoso 2021).

Beberapa ahli ekonom menyatakan bahwa ekonomi syariah memberikan peluang besar bagi dunia industri. Didasari dengan besarnya jumlah populasi muslim menciptakan pengetahuan modern bagi kehidupan masyarakat muslim dan tentunya akan memengaruhi pola konsumsi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti penggunaan produk halal, komunitas muslim internasional sangat kritis terhadap pejaminan mutu produk yang dikonsumsi artinya bukan hanya dilihat dari segi makanan sehat, higienis dan bergizi saja akan tetapi produk tersebut harus di kemas dalam standar halal dengan tujuan memberikan perlindungan secara religius khususnya bagi konsumen muslim.

Islam mewajibkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan halal. Makanan halal berarti makanan yang diizinkan oleh hukum Islam dan harus memenuhi berbagai syarat diantaranya adalah tidak mengandung sesuatu yang dianggap melanggar hukum menurut hukum Islam. Kemudian disiapkan, diproses, diangkut atau disimpan menggunakan alat atau fasilitas yang terlepas dari sesuatu yang haram menurut hukum Islam, dan saat proses persiapan, pengolahan, pengangkutan atau penyimpanan tidak mengalami kontak langsung dengan

makanan yang haram. Persyaratan tersebut akan menjamin kualitas dan menjadi simbol dari good quality makanan halal .

Maka dari itu dituntut setiap produsen untuk memenuhi standar halal tersebut, hal ini menjadikan potensi besar bagi perkembangan industri halal yang bergerak di bidang sektor riil seperti 1). Produk makan minuman, 2). Fashion modest, 3). Farmasi, 4). kosmetik, 5). Traveling, 6). Keuangan islami serta 7). Media dan rekreasi dimana sektor riil harus memiliki standar halal dan thayyiban. Arti dari halal dan thayyiban ialah suatu hal baik dengan syarat diperbolehkan oleh agama yang memenuhi standar kelayakan dan kebersihan serta memberikan efek baik bagi manusia (Lubis and Izzah 2022).

Mengonsumsi pangan dan produk lain yang halal adalah hak dasar setiap muslim. Hal ini bukan saja terkait dengan keyakinan beragama, namun ada dimensi kesehatan, ekonomi dan keamanan. Maka dengan penduduk yang mayoritas muslim, tanpa diminta sudah semestinya negara hadir melindungi warganya dalam pemenuhan hak-hak mendasar warganya. Selaras dengan itu pelaku usaha (produsen) juga sudah seharusnya memberikan perlindungan kepada konsumen. Untuk kepentingan tersebut, maka dituntut peran yang lebih aktif negara dalam pengaturan sistem ekonomi yang dijabarkan dalam strategi yang dilakukan pemerintah dalam menjalankan instrumen perdagangan (Astuti 2020).

Kebutuhan konsumsi yang tinggi akan produk halal mendorong tingkat permintaannya yang tinggi pula, sehingga insentif untuk memproduksi halal pun meningkat. Secara aktif, produsen halal dapat mendorong pasar halal dengan

memahami perilaku pembelian dari muslim sebagai target pasar utamanya. Salah satu cara memprediksi perilaku pembelian adalah dengan mengkaji minat beli konsumen (Zulham 2016).

Perilaku konsumen muslim, termasuk minatnya dalam membeli produk halal juga ditentukan oleh beragam faktor. Meskipun mengkonsumsi produk halal bagi muslim merupakan perintah Tuhan, kenyataannya minat beli produk halal ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu baik internal maupun eksternal. Oleh karenanya pemahaman yang baik mengenai minat beli halal dan penentunya diperlukan agar perilaku konsumen bisa diarahkan dan dikelola dengan baik sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis halal.

Perkembangan zaman menyebabkan banyak perubahan dalam kehidupan manusia, salah satunya bergesernya pergeseran kebutuhan manusia, contoh kecilnya adalah sekarang kosmetik sudah menjadi kebutuhan utama dalam hidup kaum hawa. Pada dasarnya kodrat setiap manusia cenderung berbeda-beda, hal tersebut membuat kebutuhan manusia pun berbeda-beda. Pada kasus kaum wanita, pergeseran kebutuhan tersebut dikarenakan pada dasarnya wanita selalu ingin tampil cantik dan sempurna, maka alternatif yang dapat dilakukan oleh kaum wanita adalah menggunakan rangkaian berbagai produk kosmetik untuk menunjang penampilan agar dapat tampil lebih menawan. Produk kosmetik sekarang ini menjadi salah satu kebutuhan utama bagi wanita Indonesia, khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh. Oleh karena itu pasar kosmetik halal secara global akan berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen muslim (Mardiyah, Wathan, and Seri 2023) .

Kosmetik halal berbeda dengan produk kosmetik pada umumnya karena kosmetik halal tidak mengandung bahan yang diharamkan oleh syariah islam. Kosmetik halal dalam hal produksi, penyimpanan, pengemasan, dan pendistribusian juga harus sesuai dengan ajaran Islam. Produk kosmetik halal diakui sebagai produk yang bersih, aman, dan berkualitas tinggi (Adiba 2018). Produk kosmetik halal yang telah bersertifikasi Halal yaitu wardah, safi, emina, oriflame, somethinc, make over, madame gie, dan masih banyak produk-produk lainnya.

Aceh sebagai salah satu provinsi bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia mempunyai arti penting bagi keutuhan Indonesia. Aceh memiliki keistimewaan dalam bidang agama, selain memang merupakan daerah pertama datangnya Islam di Indonesia, juga merupakan salah satu pusat perkembangan peradaban Islam di Asia Tenggara dengan penduduk mayoritas Islam, jumlah pemeluk Islam di Aceh dalah 4.356.624 atau 98,898 % (Marzuki and Abubakar 2021) . Dengan jumlah umat muslim yang tinggi di Aceh pastinya gaya hidup halal khususnya dalam pembelian kosmetik yang halal harus diterapkan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Universitas malikussaleh merupakan sebuah universitas yang berada di Aceh dengan mayoritas mahasiswanya adalah umat muslim. Di Universitas Malikussaleh terdapat program studi Ekonomi Syariah yang dimana seluruh mahasiswa adalah umat muslim. Oleh sebab itu saya tertarik untuk meneliti apakah mahasiswa ekonomi syariah ini menggunakan gaya hidup halal dalam membeli produk kosmetik yang mereka perlukan untuk kebutuhan mereka.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Gaya Hidup Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal ( Kosmetik ) pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh** ”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah gaya hidup halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal ( kosmetik ) pada mahasiswa ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis universitas malikussaleh?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui gaya hidup halal terhadap keputusan pembelian produk halal ( kosmetik ) pada mahasiswa ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis universitas malikussaleh.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian tentunya dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat diantaranya adalah:

1. Secara teoritis, bagi peneliti adalah sebagai sarana untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh dan penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk menambah literatur serta bisa membantu bagi aktivitas akademica untuk manambah informasi.

2. Secara praktis, bagi penulis penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang penerapan digital marketing pada usaha mikro kecil dan menengah juga sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Malikussaleh.