

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, Industri halal di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan, terutama karena mayoritas penduduknya beragama Islam, Indonesia menjadi negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia.¹ Sebagaimana dilansir Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), total penduduk muslim di Indonesia per 31 Desember 2021 sebanyak 237,53 juta jiwa atau setara dengan 86,9% dari total penduduk Indonesia yang mencapai 273,32 juta jiwa.² Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Banten per Juni 2021 tercatat sebanyak 11,79 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, mayoritas penduduk beragama Islam, yakni sekitar 11,12 juta jiwa atau sekitar 94,82%, sehingga menjadikan provinsi ini sebagai salah satu daerah dengan penduduk mayoritas beragama Islam di Pulau Jawa.³

¹ Sukoso, "Potensi dan Tantangan Industri Halal di Indonesia", (Jakarta: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2020), h. 25.

²Dimas Bayu, *Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/Sebanyak-869-penduduk-indonesia-begarama-islam>. Diakses 22 Februari 2024

³ Viva Budy Kusnandar, *Sebanyak 94,82% Penduduk Banten Beragama Islam pada Juni 2021*.

Perkembangan teknologi yang sedang pesat saat ini memengaruhi kesuksesan dalam menerapkan prinsip pemilihan produk halal, serta berkontribusi pada perubahan dan kemajuan diberbagai sektor, termasuk sektor perdagangan.⁴ Industri halal menjadi fenomena global yang menarik perhatian saat ini. Dibuktikan dengan pertumbuhan yang stabil dari tahun ke tahun dalam prospek industri halal. Menurut laporan *State of The Worldwide Islamic Report* (2019), lebih dari 1,8 miliar Umat Muslim berperan sebagai konsumen dalam industri halal. Pertumbuhan konsumen dalam sektor industri ini mencapai USD 2,2 triliun. Proyeksi dari *Compound Yearly Development Rate* (CAGR) sektor industri halal diperkirakan mencapai 6,2% dari tahun 2018-2024, dengan total pengeluaran konsumen yang meningkat menjadi USD 3,2 triliun tahun 2024.⁵

Perkembangan fashion yang semakin pesat saat ini memberikan dampak yang bersifat positif dan negatif. Adapun dampak positifnya yaitu menjadi *fashionable* dan rasa percaya diri seseorang dalam penampilannya. Namun, dampak negatifnya adalah kecenderungan seseorang untuk lebih tertarik pada pakaian modern daripada pakaian tradisional, yang dapat menyebabkan konsumsi berlebihan dalam dunia fashion. Selain

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/27/sebanyak-9482-penduduk-banten-beragama-islam-pada-juni-2021>. Diakses 22 Februari 2024.

⁴ Haryanto, Asep. "Teknologi dan Perkembangan Industri Halal di Era Digital". (Bandung: Pustaka Setia, 2021), h. 78.

⁵ Muhammad Anwar Fathoni and Tasya Hadi Syahputri, Potret Industri Halal Indonesia : Peluang Dan Tantangan 6, no. 03 (2020): 428.

itu, banyak selebritis wanita yang menggunakan hijab untuk menutup auratnya, sehingga mempengaruhi tren fashion dan hijab dikalangan wanita. Kepedulian terhadap busana wanita muslimah saat ini sering kali terganggu oleh tindakan kita sendiri, yaitu dengan memodifikasi tren saat ini tanpa memperhatikan ketentuan syariat Islam yang termaktub pada Al-Qur'an.⁶ Hal tersebut terbukti berdasarkan temuan penelitian yang dikemukakan oleh Renggi Anggraini 2015, ditemukan bahwa gaya berpakaian yang paling dominan di kalangan mahasiswi yaitu gaya *jilboob* (39%), diikuti oleh tren syar'i (32%), terakhir tren hijaber (29%).⁷ Berdasarkan data tersebut, terdapat perubahan dalam gaya berpakaian mahasiswi atau perempuan Muslim dengan mengikuti tren modern seperti *jilboobs* yaitu kombinasi hijab dengan pakaian pendek dan ketat.⁸ Dalam Islam, menutup aurat bukan hanya bagian dari budaya, tetapi merupakan tindakan sakral yang mendapat pahala.⁹

⁶ Annisa Ainussalma, Skripsi: *Pengaruh Fashion Style Dalam Instagram Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswi*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), h. 2-3.

⁷ Renggi Anggraini. *Hubungan Gaya Berpakaian Mahasiswi Terhadap Tindakan Kriminal Studi Kasus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Jakarta, 2015), h. i

⁸ Farah Hafhida and Nur Maghfirah Aesthetika, "The Phenomenon of Jilboobs Clothing on Social Media TikTok in PTR Account @OKLINFIA" 9, no. 1 (2024): 6, <https://doi.org/10.21070/acopen.9.2024.4985>.

⁹ Zainab Al-Ghazali, "Makna Hijab Dalam Islam", (Bandung: Pustaka Iman, 2018), h. 78

Gaya hidup halal yang berpegang teguh pada prinsip-prinsip hukum Islam telah menjadi topik pembahasan penting dan peluang bisnis yang menjanjikan di Indonesia. Permintaan terhadap produk dan layanan halal terus meningkat, didorong oleh meningkatnya kesadaran umat Islam untuk hidup sesuai dengan ajaran Islam. Pandangan ini disampaikan oleh H. Sapta Nirwandar, Ketua Indonesia Halal Lifestyle Center (IHLC).¹⁰ Gaya hidup ini mencakup pola perilaku yang selaras dengan prinsip, nilai, dan standar yang disetujui oleh hukum Islam.¹¹ Termasuk aturan makan, minum, bermuamalah dan perilaku sosial.¹² Selain Gaya Hidup Halal, Literasi Halal juga penting bagi konsumen dalam membeli produk fashion. Literasi halal merupakan keterampilan seseorang dalam mengidentifikasi perbedaan antara barang dan jasa yang membolehkan dan yang melarang sesuai dengan pemahaman mendalam mengenai hukum Islam.¹³ Preferensi pembelian adalah proses di mana konsumen memproses informasi produk berdasarkan pilihan

¹⁰ Maydila Kifti Arinda, Skripsi: “Pengaruh Halal *Lifestyle*, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kayla Nissa Salon & Spa Muslimah”, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2020), h. 4

¹¹ Nurul dkk Zaidah, “Halal Lifestyle Dan Wara’ Lifestyle (Studi Kasus Pusat Halal Salman ITB),” *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 2, no. 3 (2022): 546–66, <https://doi.org/10.15575/jpiu.v2i3.14440>.

¹² Bahatma Baca, “Halal Life Style Sebagai Dakwah Determinasi Diri Dan Sosial Masyarakat Indonesia,” *Al-Hikmah* 19, no. 1 (2021): 3.

¹³ Safaah Restuning Hayati and Syah Amelia Manggala Putri, “Analisis Literasi Halal, Label Halal, Islamic Branding, Dan Religious Commitment Pada Pembelian Makanan Di Tsabita Halal Bakery,” *SHAHIH: Journal of Islamicate Multidisciplinary* 6, no. 2 (2021): 171, <https://doi.org/10.22515/shahih.v6i2.3895>.

mereka untuk menentukan keputusan akhir, yang terjadi ketika mereka memiliki kebutuhan yang ingin dipuaskan.¹⁴

Fashion muslimah di Indonesia termasuk di Banten telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir.¹⁵ Wanita muslimah termasuk mahasiswa semakin memperhatikan aspek kehalalan dalam berbusana. Hal ini tercermin dari tren penggunaan hijab dan busana muslimah yang semakin variatif, mulai dari gaya kasual dan syar'i. Namun terdapat juga fenomena modifikasi tren fashion yang mungkin tidak sepenuhnya memperhatikan aturan syariat Islam, seperti gaya berpakaian *jilboobs*.¹⁶ Sejauh analisa penulis gaya hidup halal dan literasi halal berperan dalam fenomena yang terjadi, termasuk dalam perubahan gaya hidup serta kebutuhan fashion wanita muslimah yang turut dipengaruhi oleh tren fashion global dan lingkungan sekitarnya. Merujuk pada latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Berdasarkan penjabaran tersebut, penulis bermaksud untuk mengkaji permasalahan ini dalam sebuah penelitian berjudul

¹⁴ Dwi Mego Suwondo, "Pengaruh Kemasan Baru Sunsilk Terhadap Preferensi Pembelian Konsumen Di Kota Purworejo. Jurnal Manajemen & Bisnis Vol. 8, No. 2 (2012): 3"

¹⁵ Rachmawati, L. "Evolusi Fashion Muslimah di Indonesia: Studi Kasus di Banten", (Tesis Magister, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023), h. 30.

¹⁶ Annisa Ainussalma, Skripsi: "Pengaruh *Fashion Style* Dalam Instagram Terhadap Perubahan Gaya Berpakaian Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan IPS UIN Jakarta)", (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), h. 3.

“PENGARUH GAYA HIDUP HALAL DAN LITERASI HALAL TERHADAP PREFERENSI PEMBELIAN PADA PRODUK FASHION MUSLIM (Studi Pada Mahasiswi Komunitas FoSSEI Banten)”

B. Identifikasi Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah diuraikan, ada beberapa permasalahan dapat diidentifikasi untuk objek penelitian, yaitu:

1. Adanya tren *fashion* yang membawa dampak positif seperti meningkatkan rasa percaya diri, namun juga memiliki dampak negatif seperti kecenderungan konsumsi berlebihan.
2. Munculnya tren gaya berpakaian yang bertentangan dengan nilai-nilai syariat Islam, seperti gaya *Jilboobs* dikalangan mahasiswi.
3. Perubahan gaya berpakaian perempuan muslim yang lebih condong pada tren modern, meskipun tidak sepenuhnya sesuai dengan ketentuan berpakaian dalam syariat Islam.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah diterapkan untuk memastikan penelitian berjalan secara teratur, efisien, dan tetap fokus pada inti pembahasan, sehingga analisis dapat dilakukan secara mendalam. Oleh sebab itu, cakupan penelitian ini dibatasi pada:

1. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi gaya hidup halal dan literasi halal, sedangkan variabel dependen diwakili oleh preferensi pembelian.
2. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi Komunitas FoSSEI Banten per tahun 2024.

D. Perumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah gaya hidup halal berpengaruh terhadap preferensi pembelian pada produk fashion muslim?
2. Apakah literasi halal berpengaruh terhadap preferensi pembelian pada produk fashion muslim?
3. Apakah gaya hidup halal dan literasi halal berpengaruh terhadap preferensi pembelian pada produk fashion muslim?
4. Seberapa besar pengaruh gaya hidup halal dan literasi halal terhadap preferensi pembelian pada produk fashion muslim?

E. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang sudah disampaikan, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup halal terhadap preferensi pembelian pada produk fashion muslim
2. Untuk menganalisis pengaruh literasi halal terhadap preferensi pembelian pada produk fashion muslim

3. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup halal dan literasi halal terhadap preferensi pembelian pada produk fashion muslim
4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh gaya hidup halal dan literasi halal terhadap preferensi pembelian pada produk fashion muslim

F. Manfaat /Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap generasi muda tentang makna ataupun kegunaan dari fashion muslim yang sesungguhnya dan faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pembelian produk fashion halal dikalangan mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan rekomendasi kepada industri fashion halal dalam meningkatkan strategi pemasaran dan pengembangan produk.
- b. Membantu dalam memahami preferensi dan perilaku konsumen mahasiswa terkait produk fashion halal di Banten.
- c. Memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ekosistem halal di Indonesia, khususnya di Banten.

G. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah dalam penyusunan penelitian, struktur pembahasan dibagi menjadi lima bab dengan rincian sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, penulis menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, serta sistematika penulisan.

2. BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini mencakup paparan teori, hubungan antar variabel, dan penelitian terdahulu yang relevan

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara detail tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian dan sumber penelitian, teknik pengumpulan dan pengolahan data, populasi dan sampel, teknik analisis data, serta operasional variabel penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil penelitian yang telah dilakukan, mencakup deskripsi umum objek penelitian, karakteristik responden, analisis data, serta interpretasi hasil penelitian yang dikaitkan dengan pembahasan.

5. BAB V PENUTUP

Bab terakhir dalam penelitian ini berisi kesimpulan dan saran yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

