

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Al-Qur'an menjelaskan bahwa setiap makanan dan produk yang dikonsumsi harus sesuai dengan konsep halalan thayyiban (halal dan baik), menjadikan konsumsi halal sebagai salah satu kewajiban utama bagi umat Islam.¹ Menurut Othman dkk. (2016), umat Muslim di seluruh dunia memiliki kewajiban yang tidak dapat dihindari untuk mengonsumsi makanan halal. Oleh karena itu, kepekaan konsumen Muslim terhadap barang dan jasa yang tersedia di pasaran tidaklah mengherankan.²

Saat ini, gaya hidup halal menjadi sebuah tren yang sangat populer di berbagai belahan dunia, tidak hanya di negara-negara mayoritas Muslim, bahkan negara-negara mayoritas non-Muslim juga. Banyak dari kalangan masyarakat baik kalangan mahasiswa, ibu rumah tangga, karyawan, dan lain sebagainya yang sudah memiliki tingkat pemahaman yang sudah cukup mengenai gaya hidup halal.³

Indonesia merupakan negara dengan masyarakatnya mayoritas beragama Islam yang berarti masyarakatnya religius berpegang pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran agamanya dalam bersikap di kehidupannya. Perilaku masyarakat Indonesia yang religius dapat dilihat dari sikap kepedulian yang sangat tinggi terhadap isu agama yang diterapkan dalam kehidupan sehari-harinya. Secara umum, masyarakat Indonesia suka

¹ Azwar Azwar, Abur Hamdi Usman, and Mohd Farid Ravi Abdullah, "The Opportunities and Challenges of the Halal Food Industry in Indonesia: Some Notes from Quranic and Economic Perspectives," *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* 7, no. 1 (2022): 807–18, <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v7i1.270>.

² Baharudin Othman, Sharifudin Md Shaarani, and Arsiah Bahron, "The Potential of ASEAN in Halal Certification Implementation: A Review," *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities* 24, no. 1 (2016): 1–24.

³ Nurazizah Azizah et al., "Perilaku Halal Lifestyle Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Pembelian Produk Halal," *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal* 4, no. 1 (2024): 61–73, <https://doi.org/10.15575/likuid.v4i1.30822>.

dengan produk yang mengusung simbol-simbol agama, dan ritual-ritual keagamaan yang banyak dilakukan. Namun kenyataannya mereka kurang selektif terhadap produk yang dibeli. Mereka hanya sekilas melihat simbol kehalalan saja tanpa mengecek kebenaran dari bahan-bahan yang digunakan dalam produk tersebut.

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran akan pentingnya konsumsi halal sudah ada, namun belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memahami konsep kepatuhan syariah, yaitu bentuk komitmen individu untuk menjalankan kehidupan sesuai prinsip-prinsip Islam, termasuk dalam memilih produk halal. Dalam praktiknya, banyak individu menghadapi tantangan untuk mempertahankan kepatuhan tersebut. Salah satu kelompok yang sering mengalami kesenjangan antara kesadaran dan praktik adalah wanita karier. Tantangan ini mencakup tidak hanya pemilihan makanan halal, tetapi juga prinsip ekonomi Islam yang lebih luas, seperti menghindari riba, gharar, dan maysir. Kepatuhan ini menuntut setiap produk atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai-nilai syariah.⁴

Hal ini sejalan dengan perintah Allah SWT dalam Al-Qur'an, yang menegaskan pentingnya mengonsumsi makanan dan produk halal sebagai bentuk ketaatan terhadap ajaran Islam. Kepatuhan syariah dalam konsumsi halal berlandaskan pada firman Allah dalam Surah Al-Baqarah (2:168):

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu."

Pembelian produk halal menjadi bisnis yang menjanjikan tidak hanya negara Muslim namun juga negara non-Muslim pun berlomba-lomba memperebutkan pasar halal. Seperti Jepang yang sangat ingin menjadi *role model* produk halal dunia bahkan salah satu kota di Jepang sudah mendeklarasikan sebagai kota halal. Begitupun dengan

⁴ Gema Ramadhani, "Halal Dan Haram Dalam Islam," *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum* 2, no. 1 (2015): 20–26.

negara lainnya, seperti Korea dengan destinasi wisata halal, Thailand dengan pangan halal dan China dengan *the highest modest (halal) clothing export*. Pertumbuhan pasar halal ini justru semakin memicu gaya hidup halal diskala global. Dilihat dari semakin tingginya kesadaran halal di masyarakat.⁵

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim sudah sewajarnya gaya hidup halal dapat berkembang dengan baik. Harahap, Nurul Izzah, dan Muhammad Ridwan (2022) menyebutkan saat ini penduduk Muslim Indonesia menyumbang 12,7% dari total populasi muslim dunia dan 86,88% dari total penduduk Indonesia. Menurut Indonesia Halal Lifestyle Center, (2022) sampai tahun 2020 penduduk muslim dunia mencapai 1,9 miliar jiwa atau 25% dari total populasi global.⁶ Dalam memenuhi kebutuhannya seorang muslim mempertimbangkan banyak aspek dalam mengkonsumsi suatu produk. Kondisi ini tentu memberi peluang untuk menciptakan gaya hidup halal atau dikenal *halal lifestyle*. Menurut Euromonitor Internasional, di lima negara dengan populasi Muslim terbesar, seperti Indonesia, Pakistan, India, Nigeria, Iran telah tumbuh sebesar 257 (%) persen. Saat ini halal bukan hanya aturan dalam hukum Islam, tetapi juga cara hidup. *Halal Lifestyle* dapat diterapkan di berbagai sektor seperti makanan dan minuman, tren, fashion, kosmetik, pendidikan, keuangan, farmasi, media dan rekreasi, kesehatan dan kebugaran.⁷

Berikut adalah data mengenai pengeluaran masyarakat Muslim di dunia di berbagai sektor:

⁵ Firdaus Firdaus, “Implikasi Sertifikat Halal Dalam Manajemen Bisnis Industri Makanan Dan Minuman,” *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah* 11, no. 02 (2023): 39–54, <https://doi.org/10.55799/tawazun.v11i02.322>.

⁶ Rini Hayati Lubis and Nurul Izzah, “Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z Di Sumatera Utara,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2022): 97, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3961>.

⁷ Fitri Sarasati, “‘Supporting the Achievement of Sustainable Development Goals’ The 1 St International Conference on Halal Tourism, Products, and Services 2018 Proceeding The Role of Halal Living on Muslim Millennial in Applying Halal Lifestyle,” 2018, 57–63.

Tabel 1. 1 Pengeluaran Masyarakat Muslim Dunia Pada Sektor Gaya Hidup Halal

Sektor Gaya Hidup Halal	Muslim Global	Muslim Indonesia
<i>Food</i>	US Dollar 1.185 Billion	US Dollar 135 Billion
<i>Finance</i>	US Dollar 3.374 Billion	US Dollar 119,5 Billion
<i>Travel (Excl. Haji & Umrah)</i>	US Dollar 56 Billion	US Dollar 3,37 Billionollar 15,6 Billion
<i>Fashion</i>	US Dollar 279 Billion	US Dollar 15,6 Billion
<i>Media & Recreation</i>	US Dollar 216 Billion	US Dollar 20,73 Billion
<i>Pharmaceuticals</i>	US Dollar 94 Billion	US Dollar 5,13 Billion
<i>cosmetics</i>	US Dollar 65 billion	US Dollar 4,19 Billion

Sumber: (Indonesia Halal Lifestyle Center, 2022)

Selama dua dekade terakhir, gaya hidup penduduk Indonesia mengacu pada nilai-nilai Islam melalui pertumbuhan bisnis jilbab, hotel syariah, perluasan penyelenggaraan haji dan umrah, perkembangan penjualan kosmetik halal yang sangat pesat, serta wisata halal⁸. Di era sekarang berhijab tidak lagi dianggap terbelakang, justru berhijab atau berjilbab dapat menjadi begitu modern, *trendy*, dan diminta banyak orang. Fenomena revolusi *hijabers* tidak hanya dalam kehidupan nyata saja, bahkan semakin *boming* dengan hadirnya media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan sebagainya. Banyak muda-mudi rela mengikuti *trend* para artis maupun selebgram dengan gaya terbaru.

Di Sumatera Barat, mayoritas penduduknya beragama Islam, memiliki budaya dan norma agama yang kuat. Seiring dengan kemajuan zaman, semakin banyak wanita yang terjun ke dunia karir dan menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan nilai-nilai agama dengan tuntunan pekerjaan modern. Berbagai tantangan yang dihadapi

⁸ Publisher's Note. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* 24 July 2025; 29 (6): 953–954. <https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2025-468>

wanita karier di Sumatera Barat yang kompleks dalam menjalani kehidupan profesional dan pribadi mereka. Faktor seperti kesibukan pekerjaan, keterbatasan waktu, dan akses terhadap produk halal menjadi kendala bagi wanita karier dalam mempraktikkan kepatuhan syariah.⁹ Selain itu, pengaruh lingkungan sosial, tingkat religiusitas yang beragam, serta rendahnya kesadaran halal dapat memengaruhi konsistensi mereka dalam menjalankan prinsip halal.¹⁰ Hal ini memengaruhi pola hidup masyarakat, termasuk wanita karier, yang menghadapi tekanan untuk menyeimbangkan kehidupan profesional dan nilai-nilai syariah.

Agama merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan seseorang dapat terlihat dalam seberapa banyak seseorang melibatkan agama dalam kehidupannya. Semakin tingginya tingkat religiusitas seseorang akan semakin besar potensi seseorang menjalankan kepatuhan syariah.¹¹ Menurut Haque, (2019) kesadaran dan pengetahuan serta religiusitas mempengaruhi keputusan untuk membeli dan mempengaruhi gaya hidup.¹²

Sementara itu, Lingkungan sosial dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang dimana hal ini adanya rasa ingin diakui dan sebagai bentuk eksistensi dari suatu kelompok masyarakat menyebabkan seseorang tersebut memilih gaya hidup tertentu. Lingkungan sosial terdiri atas kelompok acuan, peran keluarga dan status sosial. Dengan demikian, lingkungan tempat dimana seseorang berinteraksipun turut serta

⁹ Yulia Fitria dan Mutmainah, "Peran Wanita Karier dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 10, no. 4 (2019): 835–848, <https://doi.org/10.20473/vol10iss20194pp835-848>.

¹⁰ Mutmainah, "Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Halal, Sertifikasi Halal, dan Bahan Makanan pada Niat Pembelian Makanan Halal di Kalangan Konsumen Muslim Indonesia," *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* 7, no. 1 (2018): 18–32

¹¹ Elfira Maya Adiba and Dewi Ayu Wulandari, "Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, Dan Attitude Terhadap Behavior Konsumen Muslim Generasi Y Pengguna Kosmetik Halal Di Surabaya," *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1, no. 3 (2018): 357–69, <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.42>.

¹² Marissa Grace Haque and Detty Hindrati, "Investigating Awareness & Knowledge, Halal Logo and Religiosity Affecting Decision and Lifestyle to Consume Halal Culinary; Case Study of Three Indonesian Regions in Japanese Restaurant," *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomika* 12, no. 1 (2020): 27, <https://doi.org/10.35384/jime.v12i1.172>.

mempengaruhi gaya hidup wanita. Diperkuat oleh Othman dalam penelitiannya juga menyatakan lingkungan sosial mempengaruhi gaya hidup remaja di pedesaan. Konsumsi tidak lagi hanya menjadi kebutuhan biologis namun juga menjadi symbol dari status sosial seseorang.

Saat ini, Muslim di Indonesia dapat dengan bebas menunjukkan identitas keagamaannya. Salah satu bentuk nyata dari ekspresi identitas tersebut adalah meningkatnya penggunaan hijab, yang kini semakin diterima di sekolah maupun tempat kerja. Fenomena ini menandakan tumbuhnya kesadaran beragama yang juga tercermin dalam aspek lain, seperti perilaku konsumsi. Peningkatan jumlah pengguna hijab dan kosmetik berlogo halal menunjukkan bahwa preferensi terhadap produk halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga meluas ke sektor kecantikan dan gaya hidup. Ini mencerminkan keterkaitan antara identitas religius (seperti berhijab) dan komitmen terhadap kepatuhan syariah secara menyeluruh, termasuk dalam memilih produk yang aman, halal, dan thayyib. Seseorang akan bersedia untuk membayar lebih terhadap produk halal karena mereka meyakini bahwa produk halal terjamin kualitas dan keamanannya. Sejalan dengan berkembangnya gaya hidup halal, industri halal mengalami perkembangan yang cukup pesat hal ini diakibatkan meningkatnya demand akan produk halal yang digunakan para konsumen Muslim memenuhi kebutuhan sehari-hari.¹³

Kepatuhan syariah atau gaya hidup seseorang juga dipengaruhi oleh kesadaran halal. Mutmainah (2018) mengatakan religiusitas, kesadaran dan sertifikasi halal mempengaruhi niat pembelian makanan halal, pertimbangan seseorang dalam membeli makanan halal tidak hanya karena ajaran agama namun juga untuk sebagai jaminan keamanan pangan dimana makanan halal memiliki kualitas yang baik dan terhindar dari jenis makanan yang dapat menyebabkan penyakit. Peningkatan kesadaran ini dipicu oleh keinginan untuk meningkatkan dan menjaga kualitas hidup mereka.

¹³ Abu Bakar Abdul Hamid, Mohamed Syazwan Ab Talib, and Nazliwati Mohamad, "Halal Logistics: A Marketing Mix Perspective," *Intellectual Discourse* 22, no. 2 (2014): 191–214.

konsumen muslim menyadari dengan menerapkan gaya hidup halal dapat menjauhkan mereka dari hal buruk. Tidak hanya itu, kesadaran halal atau *halal awareness* juga memainkan peran kunci dalam memastikan bahwa setiap keputusan konsumsi didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang kehalalan produk. Tingkat kesadaran yang rendah dapat menyebabkan individu tidak selektif dalam memilih produk halal, meskipun memiliki pemahaman dasar tentang nilai-nilai Islam.¹⁴

Pada dasarnya wanita ingin selalu indah setiap saat terutama bagi para wanita uang bekerja yang dituntut untuk berpenampilan rapi sebagai salah satu bentuk sikap profesionalitas pada dunia kerja. Untuk menunjang penampilan maka pekerja Muslimah dengan membeli produk halal. Minat pembelian produk halal di kalangan wanita karier tentu saja tidak lepas dari kemandirian dan besaran pendapatan yang mereka miliki. Semakin besar income yang mereka dapatkan maka alokasi pengeluaran untuk gaya hidup mereka akan semakin tinggi.¹⁵

Dalam hal lingkungan sosial, religiusitas dan kesadaran halal tersebut, penulis ingin menguji apakah ketiga variabel tersebut dapat mempengaruhi kepatuhan syariah dalam mengkonsumsi produk halal. Diharapkan dapat mengetahui pengaruh yang dapat mempengaruhi kepatuhan syariah di masyarakat dan dapat meningkatkan pendapatan Indonesia.

Untuk itu penulis mengambil judul **“Pengaruh Lingkungan Sosial Religiusitas dan Kesadaran Halal terhadap Kepatuhan Syariah dalam Mengkonsumsi Produk Halal pada Wanita Karier di Sumatera Barat”**

¹⁴ Mutmainah, L. (2018). *The Role of Religiosity, Halal Awareness, Halal Certification, and Food Ingredients on Purchase Intention of Halal Food*. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 33.

¹⁵ Heni Rohaeni, Asri Salimah Hikmah, and Rani Rahmayani, “*Be Good Attitude Dalam Berpenampilan Pada UMKM ‘Mang Piat’ Kabupaten Bandung Barat*,” *Jurnal ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2018): 142–48, <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis dapat mengidentifikasi berbagai masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Kesadaran masyarakat terkait halal lifestyle sudah meningkat namun masih belum optimal. Informasi halal masih terbatas dikalangan tertentu
2. Rendahnya minat konsumen muslim terkait produk halal secara keseluruhan. Dapat diketahui bahwa hanya makanan halal yang memiliki pengeluaran terbesar pada pasar halal. Hal ini dikarenakan makanan merupakan suatu kewajiban bagi konsumen muslim namun untuk sektor lain konsumen muslim masih lebih memilih produk yang lebih sesuai dengan kriteria yang mereka butuhkan.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada:

1. Penelitian ini hanya akan melibatkan wanita karier yang bekerja di berbagai sektor di Sumatera Barat. Wanita karier didefinisikan sebagai perempuan yang terlibat dalam aktivitas pekerjaan formal dan memiliki tanggung jawab profesional.
2. Penelitian ini dibatasi pada wilayah Sumatera Barat, sehingga hasil dan temuan penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasi ke daerah lain di Indonesia atau negara lain. Fokus pada Sumatera Barat diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang spesifik di daerah tersebut.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh lingkungan sosial terhadap kepatuhan syariah dalam mengkonsumsi produk halal pada wanita karier di Sumatera Barat?

2. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap kepatuhan syariah dalam mengkonsumsi produk halal pada wanita karier di Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap kepatuhan syariah dalam mengkonsumsi produk halal pada wanita karier di Sumatera Barat?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh lingkungan sosial terhadap kepatuhan syariah dalam mengkonsumsi produk halal pada wanita karier di Sumatera Barat
2. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap kepatuhan syariah dalam mengkonsumsi produk halal pada wanita karier di Sumatera Barat
3. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap kepatuhan syariah dalam mengkonsumsi produk halal pada wanita karier di Sumatera Barat

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu Ekonomi Syariah, khususnya dalam kajian perilaku konsumsi halal. Temuan penelitian ini memperkuat pemahaman tentang hubungan antara lingkungan sosial, religiusitas, dan kesadaran halal terhadap kepatuhan syariah. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan syariah dalam konteks masyarakat modern.
2. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak. Bagi regulator dan pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam

merumuskan strategi dan kebijakan yang memperkuat perlindungan konsumen dan produsen produk halal, serta mendorong penerapan prinsip syariah di industri halal. Bagi pelaku usaha dan perusahaan, penelitian ini memberikan wawasan mengenai tren halal di kalangan wanita karier sehingga dapat membantu menyusun strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan prinsip syariah. Bagi konsumen, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang pentingnya mengonsumsi produk halal secara menyeluruh, tidak hanya dari label halal tetapi juga dari proses dan bahan yang digunakan. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan literatur untuk pengembangan studi serupa, baik dengan variabel yang sama maupun dengan memperluas konteks penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Agar skripsi ini lebih terarah dan tersusun secara sistematis, disusun per bab dan dalam bentuk subbagian, selanjutnya kami mempersiapkan pembahasan dan pemaparan hasil penelitian dengan materi sebagai berikut:

BAB I

Pendahuluan

Pada bab ini berisikan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II

Tinjauan Pustaka

Pada bab ini penulis menemukan teori-teori yang berhubungan dengan judul dan juga menggambarkan bagaimana tentang kerangka pemikiran yang penulis lakukan.

BAB III

Metode Penelitian

Berisi tentang penjelasan metodologi penelitian yang mencakup tentang jenis dan pendekatan penelitian, tempat penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, sampel dan populasi, serta Teknik pengambilan sampel,

instrument penelitian dan teknik pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB IV

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan dan menganalisis data yang tersedia dan konsep yang berasal dari data analitis.

BAB V

Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran sebagai masukan, serta keterbatasan penelitian. Bagian akhirnya meliputi daftar pustaka

