

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi terbanyak keempat di dunia. Pada pertengahan 2023 menurut BPS terbaru jumlah penduduk di Indonesia diperkirakan mencapai 278,69 juta jiwa . Dari data tersebut, 86,7 % diantaranya beragama Islam. Hal ini menjadikan Indonesia memiliki potensi besar dalam sektor industri halal. Halal mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hampir di berbagai bidang kehidupan baik makanan, busana, farmasi, kecantikan, media hingga sektor pariwisata (*Analisis Data Katadata*, 2023).

Salah satunya di lihat dari perkembangan *fashion* di Indonesia telah berkembang pesat, manusia pada masa kini sudah sangat memperhatikan gaya berpakaian mereka. *Fashion* dapat memberikan gambaran besar tentang nilai status sosial, kepribadian, dan identitas pemakainnya. Menurut Trisnawati, dikutip dari penelitian Rizky dan Khoirul, *fashion* dapat menjadi cara seseorang untuk mengungkapkan apa yang tidak bisa dijelaskan lewat kata dan *fashion* bisa menjadi petunjuk identitas seseorang (Rizky & Khoirul, 2022, hlm. 79).

Munculnya berbagai gaya dan *trend halal fashion* di Indonesia dipengaruhi oleh faktor transnasional namun tetap mempertahankan rasa lokalnya. Salah satunya *halal fashion* sendiri saat ini sedang sangat digandrungi oleh kaum masyarakat muslim dimana mereka mampu melakukan *mix&match* sesuai dengan keinginan mereka tetapi tidak menyalahi aturan agama Islam. Masyarakat berupaya untuk bergaya sesuai *trend fashion* yang sedang populer dan rela membeli bahkan

berganti-ganti produk *fashion* seperti pakaian dan aksesoris agar tetap dianggap modis dan *fashionable*, sehingga hal ini dapat menyebabkan perilaku konsumtif dan hendaknya kita sebagai masyarakat Islam harus mampu membentengi diri agar tidak terbawa pada pola perilaku konsumtif. Islam mengajarkan untuk tidak bergaya hidup berlebih-lebihan. Hidup sederhana yang berarti mengkonsumsi sesuatu sebutuhnya saja. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surat Al-A'raf/7: 31 sebagai berikut:

يٰٓاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَ حٰدُوَا زَيْنٰتِكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَاَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”. (Kementerian Agama RI 2019, hlm.209).

Dan pada surat Al-An'am/6:141 sebagai berikut:

وَاَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “ Dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”. (Kementerian Agama RI 2019, hlm. 199)

Pada kedua ayat tersebut kita diajarkan untuk melakukan secukupnya dalam segala hal karena bisa merugikan dan bisa membahayakan diri sendiri maupun orang lain. Selain itu Islam mengajarkan untuk menjaga penampilan dan kebersihan. Dengan mengkonsumsi sebutuhnya saja, kita bisa menghemat tenaga dan pengeluaran sehingga tersisa untuk hal-hal penting lainnya.

Pada Indonesia *Halal Market Report* yang dirilis awal 2022, potensi industri halal di Indonesia diprediksi mencapai 281,6 miliar dollar AS pada 2025 mendatang. Dalam *State Of the Global Islamic Economy Report 2023*, Indonesia berhasil menduduki peringkat ketiga setelah Turki dan Malaysia pada aspek *Modest*

Fashion, dan disusul oleh Singapura dan Italia pada urutan ke empat dan lima (*State Of the Global Islamic Economy Report, 2023*)

Mayoritas negara muslim saat ini seperti Indonesia telah memberikan banyak keleluasaan kepada kalangan untuk mengekspresikan kepribadiannya melalui cara berbusana dengan berbagai macam gaya dan aksesoris di dalamnya, mulai dari berbagai macam bentuk, berbagai macam jenis, tas bahkan sepatu serta aksesoris lainnya yang berguna untuk mengimbangi dan menambahkan estetika dalam *fashion* mereka. Dengan adanya *trend fashion* masyarakat akan berlomba-lomba untuk mengekspresikan diri mereka melalui *fashion* di ruang publik agar dapat dilihat dan dikagumi oleh masyarakat lain.

Menurut Kotler dan Keller, dikutip dalam penelitian Lilla, dkk menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi konsumen ada tiga faktor, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial dan faktor pribadi (Handayani dkk., 2023, hlm. 45). Faktor budaya meliputi nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku. Faktor sosial meliputi penghasilan, harga, pekerjaan, Pendidikan dan tempat tinggal. Faktor pribadi meliputi umur, pekerjaan, gaya hidup, identitas diri, dan faktor psikologis.

Gaya hidup yang semakin *modern* menjadikan kebutuhan konsumen zaman dahulu dengan zaman sekarang jelaslah berbeda. Pada saat ini konsumen cenderung mengikuti perkembangan *trend* untuk segala aspek kebutuhan mulai dari kebutuhan primer hingga kebutuhan sekunder sesuai dengan gaya hidup yang diterapkan yaitu gaya hidup halal.

Sebagai sikap dan tindakan seorang muslim dalam berkonsumsi, gaya hidup halal dinilai suatu keharusan sebagai cerminan ketaatan dalam berperilaku beragama dalam kegiatan konsumsi. Gaya hidup halal merupakan perilaku seseorang sesuai kemampuannya secara benar, jujur, memiliki integritas, martabat, keadilan, serta tidak menyimpang dari ajaran agama Islam. Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan gaya hidup halal terhadap pola konsumsi dipaparkan oleh Ikhsanti (2023) dimana variabel gaya hidup halal memiliki pengaruh terhadap pola konsumsi (Ikhsanti, 2023, hlm.87). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Haro, 2020) menemukan tidak terdapat pengaruh gaya hidup halal terhadap pola konsumsi pada produk *halal fashion* (Haro, 2020, hlm. 144).

Selain gaya hidup yang halal, *fashion* seorang muslimah digunakan sebagai pembentuk identitas diri atau *Self-Identity*. Dimana sebagian muslim menganggap mereka dapat memperlihatkan citra diri mereka sendiri melalui gaya berpakaian mereka. Identitas diri juga mengacu pada bagaimana mereka ingin diperlakukan oleh orang lain dan bagaimana orang lain memandang mereka. Identitas diri dinilai suatu keharusan terhadap perilaku dalam kegiatan konsumsi. Identitas diri dapat mencerminkan seseorang dan menjadikan penilaian orang lain terhadap dirinya. Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan identitas terhadap pola konsumsi dipaparkan oleh Ikhsanti, (2023) dimana variabel identitas diri memiliki pengaruh terhadap pola konsumsi *halal fashion* (Ikhsanti, 2023, hlm. 87). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Lalu (2019) menemukan tidak terdapat pengaruh identitas diri terhadap pola konsumsi terhadap *fashion*.

Selain hal tersebut, seseorang dalam mengkonsumsi juga mempertimbangkan harga. Harga adalah salah satu salah satu yang menjadi pertimbangan dalam konsumsi yang dilakukan oleh konsumen. Dengan harga yang beragam akan memunculkan keinginan dari perilaku konsumsi seseorang untuk membeli barang tersebut.

Tabel 1.2 Data Penduduk Muslim Pulau Kalimantan

No	Provinsi	Jumlah Penduduk Muslim
1.	Kalimantan Selatan	4,02 juta jiwa
2.	Kalimantan Timur	3,4 juta jiwa
3.	Kalimantan Barat	3,3 juta jiwa
4.	Kalimantan Tengah	1,98 juta jiwa
5.	Kalimantan Utara	520,33 ribu jiwa

Sumber: *Katadata.co.id*.

Sejalan dengan data tersebut, provinsi Kalimantan Selatan merupakan provinsi dengan jumlah penduduk beragama Islam terbanyak dipulau Kalimantan dan salah satu kota yang ada di Indonesia sebagai kota metropolitan memiliki pola konsumsi masyarakat yang tergolong konsumtif. Menurut data dari publikasi statistik Indonesia, BPS sudah bisa menggambarkan bagaimana konsumsi di Kalimantan Selatan sebagai provinsi yang memiliki penduduk sebanyak 4.141.533 jiwa dengan masyarakat muslim sebanyak 4.02.000 jiwa yang mana menjadikan pola konsumsi masyarakatnya tergolong tinggi (*Analisis Data Katadata, 2023*).

Perkembangan *halal fashion* salah satunya dapat dilihat di perguruan tinggi Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin. Pola penggunaan

busana muslim di UIN Antasari berbeda-beda bergantung pada lingkungannya. Penggunaan mode seringkali di pengaruhi oleh lingkungan sosial seseorang. Maka di sinilah pakaian dapat menunjukkan nilai sosial atau status seseorang, di mana orang seringkali membuat penilaian terhadap nilai sosial atau status orang lain berdasarkan apa yang dipakai orang tersebut.

Dari penjabaran tersebut, maka lingkungan kampus menjadi tempat yang sangat menarik untuk diteiliti. Kampus tidak hanya menjadi wadah untuk belajar dan menuntut ilmu saja, tetapi juga sebagai sarana terutama untuk Dosen atau Pengajar dalam membentuk karakter. Dosen cenderung memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep halal dan dapat menjadi kontribusi yang besar terhadap lingkungan sekitar terutama mahasiswa. Dosen seringkali menjadi model bagi mahasiswa dalam hal identitas dan gaya hidup halal. Yang mana hal tersebut dapat memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa dan masyarakat sekitar. Sehingga apabila objek tersebut bermasalah maka akan berpengaruh besar terhadap masyarakat sekitar. Banyaknya komunitas serta kegiatan-kegiatan yang di lakukan pengajar turut pula mempengaruhi pola konsumsinya terhadap *fashion*.

Untuk itu berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Halal, Identitas Diri, Dan Harga Terhadap Pola Konsumsi *halal Fashion* Pada Dosen UIN Antasari Banjarmasin”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup halal, identitas diri dan harga berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada Dosen UIN Antasari Banjarmasin?
2. Apakah gaya hidup halal, identitas diri dan harga berpengaruh secara simultan terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada Dosen UIN Antasari Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gaya hidup halal, identitas diri dan harga berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada Dosen UIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui gaya hidup halal, identitas diri dan harga berpengaruh secara simultan terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada Dosen UIN Antasari Banjarmasin.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional/Batasan istilah perlu dilakukan untuk memperjelas dan membatasi judul penelitian, yakni sebagai berikut:

1. Pengaruh

Menurut KBBI pengaruh adalah daya yang timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Sedangkan menurut penulis pengaruh dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh gaya hidup halal, identitas diri dan harga terhadap pola konsumsi *halal fashion* pada Dosen UIN Antasari Banjarmasin

2. Gaya Hidup Halal

Menurut KBBI gaya hidup adalah pola tingkah laku segolongan manusia sehari-hari di dalam masyarakat. Sedangkan halal menurut KBBI adalah sesuatu yang diizinkan (tidak dilarang oleh syara dan yang diperoleh atau diperbuat dengan sah. Sedangkan menurut penulis gaya hidup halal dalam penelitian ini adalah kegiatan seorang muslim dalam *halal fashion* yang halal menurut pola konsumsi sesuai ajaran Islam.

3. Identitas Diri

Menurut KBBI identitas diri adalah jati diri atau ciri yang dapat membedakan individu satu dengan lainnya sehingga tidak ada satu pun individu yang sama persis dengan individu lainnya. Sedangkan menurut penulis identitas diri dalam penelitian ini adalah ciri seseorang yang seringkali membuat penilaian terhadap nilai sosial oleh orang lain dilihat dari penggunaan *halal fashion*.

4. Harga

Menurut KBBI harga adalah nilai suatu barang yang diukur dengan uang, jumlah uang atau alat tukar yang senilai, yang harus dikeluarkan atau

dibayar untuk membeli barang atau jasa pada waktu dan pasar tertentu. Sedangkan harga menurut penulis dalam penelitian ini adalah harga halal fashion yang terjangkau dan sesuai dengan keinginan seseorang untuk mengkonsumsi.

5. Pola Konsumsi

Menurut KBBI pola konsumsi adalah kegiatan seorang individu untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan dirinya yang berupa barang atau jasa. Sedangkan pola konsumsi menurut penulis dalam penelitian ini adalah pemakaian barang hasil produksi dengan membeli *halal fashion* yaitu berupa pakaian yang digunakan sesuai ajaran Islam.

6. *Halal Fashion*

Halal menurut KBBI adalah sesuatu yang diizinkan (tidak dilarang oleh syara dan yang diperoleh atau diperbuat dengan sah. Sedangkan *fashion/mode* menurut KBBI adalah ragam (cara,bentuk) yang terbaru pada suatu tertentu, seperti pakaian dan lainnya. Sedangkan menurut penulis *halal fashion* adalah keputusan mengkonsumsi *fashion* yang sesuai dengan anjuran agama Islam yang merujuk pada gaya hidup yang memenuhi prinsip-prinsip Syariah dalam Islam pada kehidupan sehari-hari.

7. Dosen UIN Antasari Banjarmasin

Dosen menurut KBBI adalah tenaga pengajar pada perguruan tinggi. Sedangkan Dosen yang dimaksud penulis dalam penelitian ini adalah tenaga pengajar yang mengajar S1 dalam lima fakultas yang ada pada UIN Antasari Banjarmasin.

E. Signifikansi Penelitian

Secara ringkas manfaat atau kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang masalah yang akan diteliti

2. Secara Praktis

a. Bagi Masyarakat

Penulisan ini diharapkan berfungsi sebagai informasi serta pengetahuan tentang pengaruh gaya hidup halal, identitas diri, dan harga terhadap pola konsumsi *halal fashion*.

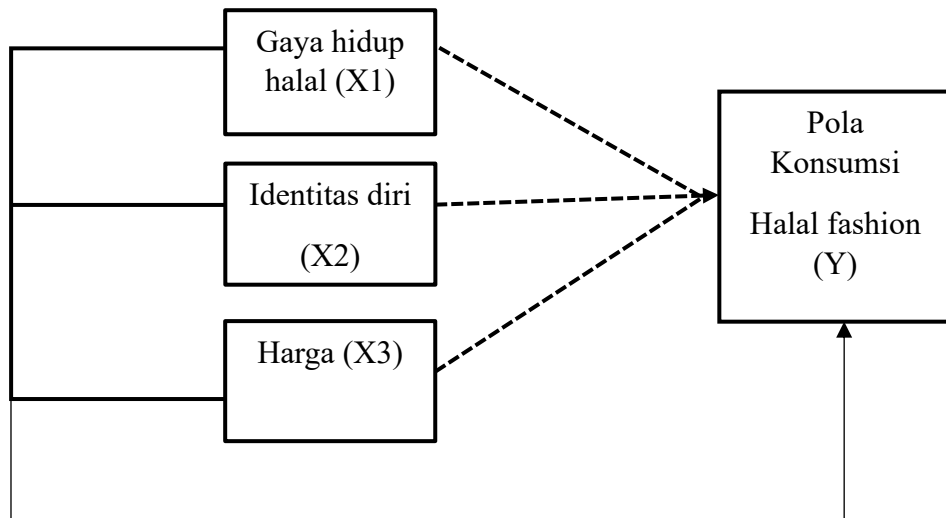
b. Bagi Jurusan S1 Ekonomi Syariah

Penelitian ini diharapkan berfungsi sebagai bahan dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik, dan sebagai tambahan referensi informasi dalam penelitian bagi mahasiswa khususnya mengenai pengaruh gaya hidup halal, identitas diri, dan harga terhadap pola konsumsi *halal fashion*.

c. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, serta dapat memahami tentang gaya hidup halal, identitas diri, dan harga terhadap pola konsumsi *halal fashion*.

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

(Gambar diolah,2023)

Keterangan:

- → = Pengaruh secara Parsial
 ————— → = Pengaruh secara Simultan

G. Hipotesis Penelitian

Oleh karena itu penulis mengajukan hipotesis penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah ada sebagai berikut:

1. Gaya hidup halal, identitas diri, dan harga pada pola konsumsi halal fashion secara parsial
 - a. H_{01} : Gaya hidup halal berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi *halal fashion*
 - H_{a1} : Gaya hidup halal tidak berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi *halal fashion*

- b. H_{02} : Identitas diri berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi *halal fashion*
 H_{a2} : Identitas diri tidak berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi *halal fashion*
 - c. H_{03} : Harga berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi *halal fashion*
 H_{a3} : Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap pola konsumsi *halal fashion*
2. Gaya hidup halal, identitas diri, dan harga pada pola konsumsi halal fashion berpengaruh secara simultan.
- a. H_{04} : Gaya hidup halal, identitas diri dan harga berpengaruh secara simultan terhadap pola konsumsi *halal fashion*.
 - b. H_{a4} : Gaya hidup halal, identitas diri dan harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap pola konsumsi *halal fashion*.

H. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Anisa Ikhsanti (2023). Judul : Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Identitas Diri Terhadap Pola Konsumsi Halal Fashion Di Kalangan Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup halal dan identitas diri berpengaruh secara signifikan terhadap pola konsumsi halal fashion. Hal ini

di buktikan dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($15,123 > 3,11$) dan nilai signifikansi f_{hitung} yang lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,050$). Gaya hidup halal berpengaruh terhadap konsumsi, di mana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,285 > 1,98932$) dengan nilai signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari α ($0,002 < 0,050$). Identitas diri berpengaruh terhadap konsumsi, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,877 > 1,98932$) dengan nilai signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari α ($0,005 < 0,050$). Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis yaitu pada pengaruh gaya hidup halal dan identitas diri. Adapun perbedaannya adalah ada pada pengaruh harga terhadap pola konsumsi halal fashion pada Dosen UIN Antasari Banjarmasin.

2. Alliza Nur Shadrina (2021). Judul : Pengaruh Trend Halal Fashion, Gaya Hidup dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab, UVN Veteran Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa trend halal fashion, gaya hidup dan brand image berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi fashion hijab. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama memiliki variabel gaya hidup dan variabel Y tentang fashion muslim. Sedangkan penelitian ini memiliki perbedaan yaitu dari dua variabelnya yang berbeda yaitu jika variabel penelitian adalah trend dan brand image sedangkan penulis variabelnya identitas diri dan harga dan penelitian ini variabel Y fokus pada fashion hijab jika yang penulis menulis halal fashion yang lebih umum.
3. Nusratul Haq (2022). Judul : Pengaruh Trend Fashion Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas

Muhammadiyah Makasar), Universitas Muhammadiyah Makasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar cenderung konsumtif dikarenakan mahasiswi lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan dalam mengkonsumsi (pakaian). Hasil penelitian menunjukkan responden terbanyak dalam mengkonsumsi produk fashion berupa pakaian sebanyak 24 orang dengan persentase 72.2%. Dan Trend fashion berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswi ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Hal ini disebabkan oleh usia rata-rata mahasiswi ekonomi Islam termasuk dalam kategori milenial yang dimana cenderung mengikuti trend fashion dan diperkuat oleh hasil penelitian yaitu pengaruh variabel X (trend fashion) terhadap variabel Y (konsumsi) adalah 80% sedangkan sisanya adalah 20% dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis yaitu sama sama tentang fashion dan terhadap perilaku konsumsi. Sedangkan penelitian ini memiliki perbedaan dengan penulis yaitu penulis memiliki tiga variabel sedangkan penelitian ini hanya memiliki satu variabel dan respondennya adalah Dosen.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika Penulisan berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini:

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka

pemikiran, hipotesis penelitian, kajian pustaka dengan penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penulisan, yakni teori tentang gaya hidup halal, identitas diri, harga dan pola konsumsi *halal fashion*.

Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, variabel penelitian teknik analisis data dan tahapan penelitian.

Bab IV adalah laporan hasil penelitian, yang menguraikan dengan jelas data hasil penelitian dari lapangan dan gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data.

Bab V merupakan bab penutup. Dalam bab ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran atas dasar penelitian.