

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku Konsumen Islam didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan dan menegaskan pada keyakinan serta kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasarkan al-qur'an dan Sunnah.¹

Perilaku konsumen menurut Kotler Amstrong, merupakan perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal.²

Perilaku konsumen muslim merupakan sikap seorang konsumen yang harus mencerminkan hubungannya dengan Allah S.W.T.³ Perilaku konsumen muslim dalam pemenuhan kebutuhannya tidak hanya terbatas pada kebutuhan individu saja tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial yang meliputi keluarga, keluarga dan peran sosial.

Konsumsi merupakan perilaku manusia dalam menghabiskan kegunaan suatu barang ataupun jasa untuk kebutuhannya. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi merupakan perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pada dasarnya, aktivitas konsumsi dalam perspektif Islam sesungguhnya tidak berbeda dari ekonomi konvensional. Namun, bukan berarti konsumsi

¹ Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", Vol VI, 2016, Hal. 49.

² Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, hlm. 2.

³ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 4

dalam perspektif islam dan konvensional sama persis. Titik perbedaan yang paling menonjol dalam teori konsumsi adalah tujuan pencapaian konsumsi itu sendiri.⁴

Dalam Islam, tujuan konsumsi seorang muslim merupakan sarana penolong untuk beribadah kepada Allah, sesungguhnya mengkonsumsi dengan niat untuk meningkatkan ketaatan kepada Allah⁵, dalam surat Al-An'am ayat 162:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“Katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam”.

Produk halal telah berkembang pesat menjadi primadona masyarakat di dunia, baik masyarakat muslim maupun non muslim semua mulai memperhatikan dan memilih aneka produk yang berlabel halal. Sektor halal apapun baik berupa makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan, hingga keuangan mulai ditegaskan dan mendapat tempat terhormat di pasar-pasar negara maju, hal tersebut menunjukkan bahwa potensi halal *lifestyle* di Indonesia memiliki peluang yang besar untuk berkembang.⁶

⁴ Sunar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hlm. 85

⁵ Abdul Hamid, *Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat*, Jurnal Visioner&Strategis, Vo. 7 No. 2, 2018, hlm. 20

⁶ Halofina, “Potensi Halal Lifestyle di Indonesia sector mana saja yang disasar”, <https://blog.halofina.id/%EF%BB%BFpotensi-halal-lifestyle-di-indonesia-sektor-mana-saja-yang-disasar>, 19 February 2020.

Indonesian Muslim and Global Spending for Halal Lifestyle



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%
Pharmaceuticals	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

Gambar 1.1 Sektor halal *lifestyle*⁷

Berdasarkan tabel diatas sektor halal *lifestyle* di Indonesia tidak terbatas hanya pada makanan, melainkan diantaranya meliputi keuangan, *travel*, *fashion*, media, obat-obatan, dan kosmetik. Di Indonesia sendiri UU No 33 Tahun 2004 tentang jaminan produk halal baru dilaksanakan pada 17 Oktober 2019 kemarin, jaminan produk halal akan mulai diselenggarakan oleh pemerintah melalui badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama. Sertifikat serta adanya label produk halal sangat dianjurkan sekali, karena hal ini akan berkaitan dengan kebaikan dan kebermanfaatannya yang tujuannya untuk menjauhkan kemudharatan dan mendatangkan kemaslahatan.

Di Bandung terdapat sebuah komunitas yang bernama Komunitas Teman Halal Regional Bandung. Merupakan salah satu tempat atau wadah untuk membangun suatu upaya peningkatan atas kesadaran gaya hidup halal, serta

⁷ DiniAmalia, "HalalLifestyle bukan hanya Makanan, Fashion, dan Pariwisata", <http://cies.feb.ub.ac.id/halal-lifestyle-bukan-hanya-makanan-fashion-dan-pariwisata>, 19 February 2020

didalamnya anggota tersebut saling bertukar informasi atau menjalin relasi terkait gaya hidup halal, yang juga memiliki visi dan misi untuk mewujudkan Kota Bandung sebagai model *Halal City*.

Namun, di lapangan yang saya lihat masih ada anggota yang belum menggunakan produk halal. Ketika saya melakukan wawancara dengan beberapa anggota di komunitas tersebut, masih ada yang belum menggambarkan pembelian produk halal dari 7 sektor halal yang ada, diantaranya makanan, kosmetik, obat-obatan, yang harus memiliki label halal.⁸ Artinya, anggota di Komunitas Teman Halal Bandung tersebut, ketika ingin membeli suatu produk yang telah disebutkan masih ada beberapa yang belum *aware* ataupun peduli akan pentingnya kehalalan dari produk tersebut. Sehingga bentuk kesadaran dan visi dari komunitas teman halal Bandung, belum terimplementasi dengan baik karena dalam penggunaannya masih ada yang mengabaikan produk halal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan mengangkat masalah ini sebagai topik dalam penulisan Proposal yang berjudul “ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PEMBELIAN PRODUK HALAL (Studi Kasus Komunitas Teman Halal Bandung)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diambil ialah :

1. Bagaimana perilaku konsumsi dalam Islam?

⁸ Wawancara dengan Zakiah, Mahasiswa, di Bandung tanggal 17 Februari 2020

2. Bagaimana perilaku konsumsi komunitas teman halal Bandung dalam pembelian produk halal?
3. Bagaimana analisis perilaku konsumsi Islam terhadap pembelian produk halal pada komunitas teman halal Bandung?

C. Tujuan

Untuk dapat melakukan penelitian ini dengan baik dan tepat, maka peneliti harus mempunyai tujuan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perilaku konsumsi dalam Islam.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumsi Komunitas Teman Halal Bandung dalam pembelian produk halal.
3. Untuk menganalisis perilaku konsumen muslim terhadap pembelian produk halal pada Komunitas Teman Halal Bandung.

D. Manfaat Penelitian

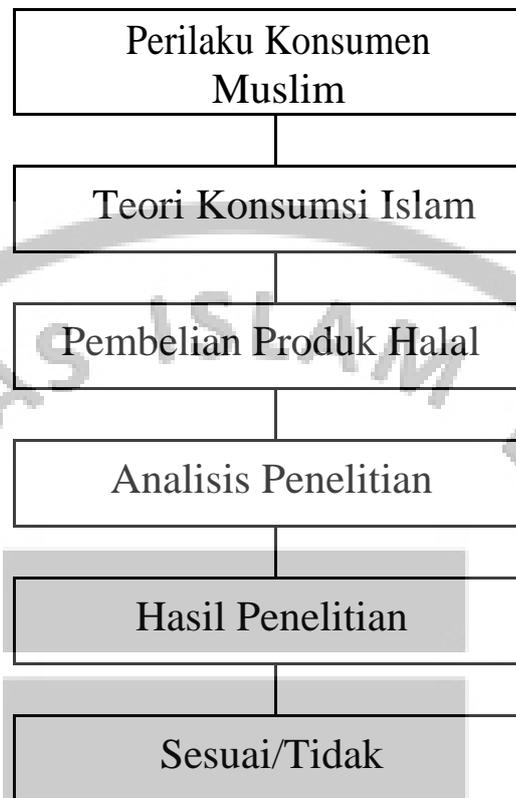
Adapun kegunaan dari penelitian ini, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis
 - Untuk memperluas wawasan dan pengetahuan tentang ilmu kehalalan suatu produk dalam hal perilaku konsumen muslim, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk dianalisa lebih lanjut oleh penulis lainnya.

2. Manfaat Praktisi

Bagi praktisi dalam hal ini adalah Komunitas Teman Halal Bandung, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kepedulian dalam menggunakan produk yang akan ^{dikonsumsinya}.

E. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran

Objek penelitian yang saya teliti adalah Komunitas Teman Halal Regional Bandung. Dimana pada bagian perilaku konsumen muslim dalam membeli suatu produk barang ataupun jasa yang menjadi fokus di penelitian saya. Komunitas ini menyatakan bahwa mereka memiliki visi untuk mewujudkan kota Bandung sebagai model *Halal City*. Namun, pada perilaku anggota yang ada di Komunitas ini, masih terdapat anggota yang belum sadar akan pentingnya kehalalan suatu produk baik barang atau jasa. Sehingga peneliti menemukan adanya ketidaksesuaian antara perilaku konsumen pada Komunitas Teman Halal Bandung. Maka peneliti akan menganalisis apakah

visi dari Komunitas ini sudah sesuai atau belum dengan perilaku konsumen muslim yang nantinya akan ditarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang didasarkan pada kasus yang terjadi di lapangan atau lokasi tertentu untuk mendapatkan data yang nyata dan benar. Lokasi penelitian yang dimaksud yaitu Komunitas Teman Halal Bandung. Sedangkan pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan Deskriptif Analisis.

Pendekatan deskriptif ialah penelitian yang menggambarkan secara sistematis fakta, karakteristik, serta populasi.⁹

2. Populasi & Sample

a. Populasi

Populasi merupakan kelompok elemen yang lengkap, dengan menyatakan secara jelas besaran populasi tersebut apakah dapat ditentukan atau tidak, serta mengidentifikasi individu-individu dalam populasi tersebut.¹⁰ Berdasarkan definisi populasi yang sudah diuraikan maka populasi dalam penelitian ini jumlahnya yaitu 230 Anggota.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil yang diambil dari anggota

⁹ Nurlina (dkk), *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, Jakarta: Salemba Empat, 2017, hlm. 10.

¹⁰ John w. Creswell, *Research Design*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016, Hlm.211.

populasi berdasarkan prosedur yang sudah ditentukan sehingga bisa digunakan untuk mewakili populasinya.¹¹ Penelitian ini mengambil dari data Komunitas Teman Halal Bandung. Teknik *sampling* yaitu menggunakan *quota purposive sampling*, yaitu peneliti mengklasifikasi populasi berdasarkan dari kriteria tertentu.

Dalam menentukan jumlah sampel ini, dilihat dari jumlah populasi yaitu 230 Anggota yang ditentukan dengan rumus *slovin* serta tingkat kesalahan sebesar 10%. Dengan hasil 60,59, maka ditentukan jumlah sampel sebanyak 70 anggota.

$$n = N / (1 + N e^2)$$

keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Ppopulasi

E = Jumlah persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (misal, 1%, 5%, 10%).

3. Sumber Data

Yang dimaksud dalam sumber data dalam penelitian ini ialah subjek yang dimana data dapat diperoleh. Biasanya dalam penelitian yang bersifat *field research* data penelitian berupa data primer dan sekunder.

¹¹ Ismail Nurdin, Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019, Hlm. 95.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dan utama, diperoleh dari hasil wawancara serta kuesioner kepada narasumber yang ada di Komunitas Teman Halal Bandung.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak didapatkan secara langsung dalam bentuk dokumen Komunitas Teman Halal Bandung, jurnal, serta literature yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian kualitatif, ini, dapat menggunakan beberapa teknik yaitu:

a. Dokumentasi

Adapun jenis dokumentasi berupa tulisan, gambar, yang tersimpan dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Yang meliputi data tentang Komunitas Teman Halal Bandung, data dari anggota Komunitas tersebut, catatan akurat, serta data lain yang tersimpan.

b. Wawancara

Melakukan wawancara kepada kepala komunitas, staf, dan anggota komunitas mengenai pertanyaan tentang pandangan, sikap, objek, ataupun keterangan lain terkait produk halal.

c. Observasi

Cara untuk mengetahui apa yang dilakukan anggota komunitas dalam konteks pola rutinitas, dan pola interaksi dari kehidupan sehari-hari. Peneliti dapat melihat, mendengar, atau merasakan informasi

yang ada secara langsung dari anggota komunitas teman halal Bandung.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasi data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.¹²

Data yang diperoleh dilapangan dituangkan dalam bentuk tulisan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan penyederhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan.

b. Penyajian Data

Penyajian data yang digunakan pada data kualitatif adalah bentuk naratif. Penyajian data berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melalui hasil reduksi data tetap mengacu pada rumusan

¹² Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018, hlm. 236

masalah secara tujuan yang akan dicapai. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan.¹³

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika pembahasan sebagai acuan dalam berfikir sistematis, sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Perilaku Konsumen menurut Islam dan Teori Konsumsi Islam

Dalam konsep teori ini akan menjelaskan pokok bahasan yaitu perilaku konsumen muslim, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, teori konsumsi islam, serta teori produk sektor halal.

Bab III Perilaku Konsumen Komunitas Teman Halal Bandung

Berisi tentang perilaku konsumen komunitas teman halal yaitu sejarah Komunitas Teman Halal, visi Komunitas Teman Halal, perilaku Komunitas Teman Halal Bandung dalam pembelian produk halal, dan data hasil kuesioner responden.

Bab IV Analisis Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Pembelian Produk Halal

Dalam bab ini akan membahas tentang hasil penelitian dan analisis data

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, hlm. 333.

yang berkaitan dengan perilaku konsumsi Komunitas Teman Halal Bandung.

Bab V Penutup

Merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan serta saran dari hasil penelitian.

