

DETERMINAN GENERASI Z MENERAPKAN GAYA HIDUP HALAL DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

Nurul Izzah^{*}, Muhammad Ikhsan Harahap^{}, M. Ridwan^{***}**

^{*}IAIN Padangsidimpuan, nurulizzah@iain-padangsidimpuan.ac.id

^{**}UIN Sumatera Utara, m.ihsan.harahap@uinsu.ac.id

^{***}UIN Sumatera Utara, mridwanku@uinsu.ac.id

Abstract

Indonesia's great potential in developing the halal industry has not been optimally utilized. This can be seen from the low output of the halal industry, halal certificates that have not been applied globally and low halal awareness. This study aims to determine the factors that influence Generation Z in Padangsidimpuan City to adopt a halal lifestyle. This research is a quantitative research using primary data. The research sample is Generation Z in Padangsidimpuan City as many as 200 respondents. Data analysis was performed using Smart PLS. The results of the study show that experience and family influence Generation Z in implementing a halal lifestyle in Padangsidimpuan City. Meanwhile, perception, culture and demographics do not affect Generation Z in implementing a halal lifestyle. Generation Z with families who instill Islamic values tend to adopt a halal lifestyle that is in accordance with Islamic teachings. A good understanding of the benefits of a halal lifestyle will motivate Generation Z to adopt a halal lifestyle.

Keywords: Halal, lifestyle, generation Z

Abstrak

Potensi besar Indonesia dalam mengembangkan industri halal belum dimanfaatkan secara optimal. Hal ini terlihat dari rendahnya output industri halal, sertifikat halal yang belum diterapkan secara global dan kesadaran halal yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Generasi Z di Kota Padangsidimpuan untuk mengadopsi gaya hidup halal. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Sampel penelitian adalah Generasi Z di Kota Padangsidimpuan sebanyak 200 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman dan keluarga mempengaruhi Generasi Z dalam menerapkan gaya hidup halal di Kota Padangsidimpuan. Sedangkan persepsi, budaya dan demografi tidak mempengaruhi Generasi Z dalam menerapkan gaya hidup halal. Generasi Z dengan keluarga yang menanamkan nilai-nilai Islam cenderung mengadopsi gaya hidup halal yang sesuai dengan ajaran Islam. Pemahaman yang baik tentang manfaat gaya hidup halal akan memotivasi Generasi Z untuk mengadopsi gaya hidup halal.

Kata kunci: Halal, gaya hidup, generasi Z



PENDAHULUAN

Populasi muslim di dunia saat ini telah mencapai 1,8 miliar jiwa dan tersebar di beberapa negara di dunia. Pengeluaran konsumen muslim dunia mencapai USD 2,2 triliun dan memiliki peluang peningkatan sebesar 5,2 persen setiap tahunnya. Pengeluaran konsumen muslim yang tersebar pada sektor makanan, sektor farmasi dan sektor gaya hidup halal (*halal lifestyle*) lainnya di prediksi terus mengalami peningkatan hingga mencapai USD 3,2 triliun pada tahun 2024 (Icricinternational, 2021). Jumlah penduduk muslim Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 86,88 persen dari total populasi dan menyumbang 12,7 persen populasi muslim di dunia. Kondisi ini memunculkan potensi bagi pengembangan industri halal di Indonesia. Berdasarkan data Bank Indonesia menunjukkan bahwa pangsa pasar industri halal domestik terhadap global telah mencapa 11 persen. Indonesia menjadi pasar yang sangat menentukan dalam perdagangan produk halal dunia (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021).

Seiring dengan potensi besar Indonesia dalam mengembangkan industri halal, industri halal memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian. Namun potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Data di lapangan menunjukkan bahwa output industri halal di Indonesia masih sedikit. Berdasarkan penilaian pada *State of The Global Islamic Economy Indicator* bahwa Indonesia menduduki peringkat keempat pada *Top 15 Global Islamic Economy Indicator Score*. Potensi pengembangan industri halal yang besar tersebut juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Tantangan tersebut diantaranya banyaknya negara pesaing yang tidak saja dari negara muslim tetapi juga negara non-muslim. Tantangan lain yaitu belum adanya sertifikat halal yang berlaku secara global dan rendahnya tingkat kesadaran atau *halal awareness* pada masyarakat Indonesia (Fathoni, 2020).

Populasi muslim dan daya beli umat Islam yang meningkat di seluruh dunia memperkuat trend meningkatnya *halal lifestyle* dan perdagangan Islam. Nilai-nilai syariah akan lebih banyak dipraktekkan sebagai jalan hidup dan dipandang sebagai pola hidup baru (Adinugraha & Sartika, 2019). Gaya hidup

halal atau halal *lifestyle* yang telah menjadi trend global mengakibatkan banyak negara yang berupaya menerapkan sistem halal *lifestyle* dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup halal merupakan gaya modern yang harus diikuti dengan pola konsumsi sehat. Makanan yang halal diyakini bukan hanya sekedar bersih dan sehat akan tetapi juga mengandung keberkahan. Trend halal *lifestyle* merupakan salah satu bentuk ketaqwaan karena menunjukkan bagaimana seseorang muslim hidup, bekerja, bertingkah laku, membelanjakan uang untuk memenuhi konsumsinya (Fadloli et al., 2021). *Halal lifestyle* yang sedang trend di Indonesia telah memasuki berbagai sektor seperti makanan halal, minuman halal, keuangan syariah, wisata halal, farmasi halal, dan *fashion syari'*.

Sekarang ini masyarakat di Indonesia mulai menerapkan gaya hidup halal. Jaminan kehalalan produk sangat penting bagi seorang muslim dalam memilih produk. Karena halal mengedepankan standar dan kualitas suatu barang atau jasa. Halal juga dapat dikatakan sebagai sebuah perlindungan konsumen. Sesuatu yang halal sudah pasti baik, bersih, higienis dan sehat. Oleh karena itu, jika menerapkan gaya hidup halal, tentunya dapat dipastikan dapat membawa pada hal baik dan terhindar dari hal buruk. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal memberikan wewenang kepada Majelis Ulama Indonesia melalui LPPOM dalam memberikan sertifikasi halal produk (KNEKS, 2020). Kesadaran untuk mengkonsumsi makanan, minuman, kosmetik dan produk lain yang memiliki label halal merupakan salah satu bentuk perlindungan produsen produk tersebut terhadap konsumen (Budiarti et al., 2020) (Sholikhah et al., 2021).

Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia memberikan dampak yang luar biasa pada berbagai sisi kehidupan manusia di dunia. Pandemic covid-19 menunjukkan bahwa gaya hidup halal semakin relevan untuk diterakan dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup halal sangat memperhatikan standar kelayakan, kebersihan dan efek fungsionalnya bagi manusia. Penelitian oleh Sutan Emir Hidayat dkk menyatakan bahwa industri halal dapat bertahan dari wabah covid-19 dan masih memiliki potensi untuk dikembangkan. Peningkatan industri dan gaya hidup halal di masa yang akan datang diharapkan mampu



berkontribusi pada kemajuan umat dan negara negara muslim (Hidayat et al., 2021). Efek fungsional gaya hidup halal yang banyak bagi kehidupan manusia menuntut muslim untuk menerapkan gaya hidup halal dalam kehidupan sehari-hari.

Gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor yang meliputi faktor internal dan eksternal yang mengacu pada teori Hawkins dan Mothersbaugh. Faktor-faktor tersebut diantaranya pengalaman, kepribadian, motif, persepsi, budaya, lingkungan sosial, keluarga, demografi dan lainnya (Suryani, 2013). Pengetahuan juga memengaruhi keputusan konsumen dalam mengambil keputusan. Penelitian oleh Mas Wahyu Widodo dkk menyatakan bahwa pengetahuan berperan penting dalam menentukan proses pengambilan keputusan millennial muslim Indonesia dalam membeli makanan halal (Wibowo et al., 2021). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor pengalaman, kepribadian, persepsi, motif dan budaya memengaruhi gaya hidup halal. Sedangkan faktor keluarga, lingkungan sosial dan demografi tidak memengaruhi gaya hidup halal (Lubis & Izzah, 2022).

Penelitian ini dilakukan di Kota Padangsidempuan pada muslim generasi Z. Generasi Z dianggap mewakili karakteristik masyarakat di Kota Padangsidempuan yang saat ini didominasi oleh generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan generasi Z muslim di Kota Padangsidempuan dalam menerapkan gaya hidup halal. Faktor-faktor tersebut direpresentasikan dari faktor internal dan eksternal.

LANDASAN TEORI

Gaya hidup yang diterapkan seseorang dalam kehidupannya juga menunjukkan bagaimana orang tersebut berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup merupakan pola hidup yang menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang diekspresikan dengan berbagai aktivitas, minat dan opini (Kotler, 2001). Gaya hidup juga diartikan sebagai seni seseorang menjalani

hidup, mulai dari prinsip, tingkah laku, kebiasaan, aktivitas sampai dengan minat dan ketertarikan. Gaya hidup ditentukan oleh banyak faktor yang meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal diantaranya pengalaman, kepribadian, motif, dan persepsi, sedangkan faktor eksternal yaitu budaya, keluarga, lingkungan sosial dan demografi (Hawkins et al., 2007). Pada literatur lain juga dijelaskan , bahwa menurut Amstrong faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup diantaranya yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga dan kebudayaan (Nugraheni. P. N A, 2003).

Halal memiliki cakupan yang sangat luas. Selain halal sebagai prinsip dan kualitas hidup, halal juga bisa sebagai wujud perlindungan kepada konsumen. Kata halal berarti “diperbolehkan”. Jika diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, halal berarti segala sesuatu yang boleh dilakukan atau dikonsumsi selama tidak ada aturan yang melarangnya. Dengan demikian gaya hidup halal merupakan seni seseorang dalam menjalani kehidupannya sehari-hari tanpa menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan dalam Islam. Gaya hidup ini menerapkan prinsip halal dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun bersumber dari nilai-nilai Islam namun gaya hidup halal dapat diterapkan oleh siapapun dengan agama apapun. Hal ini karena ajaran Islam memiliki sifat yang umum atau universal (KNEKS, 2021).

Masyarakat saat ini lebih mengedepankan standar dan kualitas produk yang akan dikonsumsi. Gaya hidup halal memiliki prinsip halal dan thayyiban dapat menjadi alternatif pilihan. Status hukum halal dan haram bisa melekat pada benda maupun perbuatan, jika dikaitkan dengan makanan dan minuman, maka makanan halal adalah makan yang diperbolehkan oleh syariat untuk mengkonsumsinya dan sebaliknya makan haram yaitu makan yang dilarang oleh syariat dan berakibat dosa bagi yang mengerjakannya (Sukoso et al., 2020). Allah SWT berfirman dalam Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”(Departemen Agama RI, 2019).

Ayat diatas mengandung seruan yang ditujukan kepada seluruh umat manusia bukan hanya kepada umat Islam. Hal ini menandakan bahwa halal dan *thayyiban* bersifat universal. “halal” berarti segala sesuatu yang diperbolehkan dalam agama dan “*thayyiban*” berarti baik. Seiring perkembangan zaman, *thayyiban* dimaknai sebagai standar kelayakan, kebersihan dan efek fungsional bagi manusia. Sehingga halal dan *thayyiban* diartikan hal baik dan diperbolehkan agama. Suatu hal yang dapat dikatakan halal dan *thayyiban* apabila diperbolehkan oleh agama, memenuhi standar kelayakan, kebersihan, serta memberi efek yang baik bagi manusia (KNEKS, 2021).

Penelitian-penelitian terkait halal lifestyle telah dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti diantaranya oleh Alfonso Vargas dan Mirko Perano yang menyatakan bahwa Indonesia yang mayoritas muslim hanya sekitar 20 persen yang konsisten dalam menerapkan gaya hidup halal dalam kehidupannya. Mahasiswa Indonesia juga masih tergolong kurang familiar dengan fenomena halal yang berkembang. Mengkaji fenomena ini maka labelisasi halal atau sertifikasi halal menjadi hal yang perlu mendapat perhatian (Vargas-Sánchez & Perano, 2018).

Penelitian lain oleh Muhammad Rizky Taufiq Nur, dkk menyatakan bahwa populasi kelas menengah muslim yang meningkat telah membawa perubahan dalam gaya hidup di Indonesia. Gaya hidup yang mengacu pada Islam nilai-nilai berkembang pesat seiring dengan terkenal pemahaman agama. Perkembangan gaya hidup halal adalah cerminan dari semangat rasionalitas agama yang tinggi, yang menjadikan konsumen muslim lebih selektif terhadap produk yang mereka miliki untuk dikonsumsi. Masyarakat muslim modern

semakin mencari manfaat spiritual dari produk yang mereka beli dan konsumsi, yang menganut nilai-nilai Islam. Faktor halal menjadi gaya hidup yang menjadikan produk halal menjadi bagian dari gaya hidup modern. Gaya hidup halal semakin menunjukkan pengembangan signifikan melalui tuntutan produk dengan sertifikasi halal, seperti makanan, fashion, kosmetik, farmasi, barang konsumsi, pendidikan, dan pariwisata (Nur et al., 2021)

Penelitian selanjutnya oleh Muhammad Yanis Musdja menunjukkan bahwa halal lifestyle sudah menjadi trend global di seluruh dunia. Indonesia sebagai negara dengan populasi umat Islam paling terbesar di dunia, harus dapat sebagai teladan dan pionir dalam mengimplementasikan halal lifestyle untuk dunia global (Musdja, 2019). Minat konsumen membeli produk halal dipengaruhi oleh banyak. Hasil pengujian menunjukkan faktor religiusitas memengaruhi minat konsumen dalam membeli produk halal, sedangkan kesadaran akan halal (*halal awareness*), sertifikasi halal (*halal certification*), dan kepercayaan (*trust*) tidak berpengaruh terhadap minat membeli produk halal (Setiawan & Hasbi Assidiki Mauluddi, 2019).

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu terkait gaya hidup halal dapat dipahami bahwa penerapan gaya hidup halal di kalangan dikalangan milenial muslim saat ini telah menjadi perhatian banyak peneliti. Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada fokus penelitian terhadap faktor internal dan eksternal yang memengaruhi generasi Z di Kota Padangsidempuan dalam menerapkan gaya hidup halal.

METODOLOGI PENELITIAN

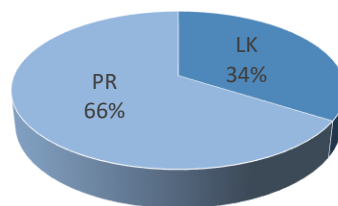
Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Populasi penelitian adalah generasi Z di Kota Padangsidempuan yang berjumlah 225.195 jiwa (BPS, 2021). Jumlah sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat presisi 0,1 (10%) sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 100 responden. Akan tetapi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Sampel yang digunakan

melebihi jumlah sampel minimal mengingat generasi Z yang mengisi kuesioner yang disebar secara online melalui *google form* mencapai 200 responden selama 10 hari. Semakin besar sampel yang digunakan akan semakin menggambarkan populasi (Sukardi, 2004) dan lebih representatif. Kuesioner yang disusun memberikan lima alternatif jawaban yang didasarkan pada skala likert. Analisis data penelitian yaitu regresi linier berganda dan dianalisis menggunakan *software Smart PLS*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yaitu: 1) generasi Z yang berusia 15-24 tahun, 2) Jenjang pendidikan SMA sederajat sampai dengan Strata 1, 3) Beragama Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

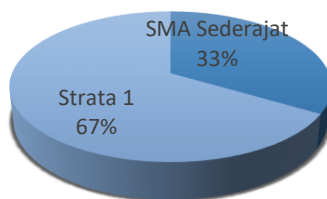
Gambaran umum responden diklasifikasikan menjadi tiga yaitu erdasarkan jenis kelamin, pendidikan dan usia. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin menunjukkan bahwa responden perempuan mendominasi total responden penelitian ini yaitu 66 persen dan laki-laki sebanyak 34 persen. Sebagaimana terlihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Responden Berdsasarkan Jenis Kelamin

(Sumber: Data diolah, 2022)

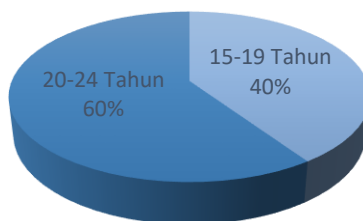
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dibagi menjadi responden dengan tingkat pendidikan SMA sederajat yaitu sebanyak 33 persen dan responden Strata 1 sebanyak 67 persen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Responden Berdsasarkan Pendidikan

(Sumber: Data diolah, 2022)

Karakteristik responden berdasarkan usia juga dibedakan menjadi dua kelompok yaitu responden berusia 15-19 tahun sebanyak 40 persen dan respoden berusia 20-24 tahun sebanyak 60 persen. lebih jelasnya sebagaimana gambar dibawah ini.



Gambar 3. Responden Berdsasarkan Usia

(Sumber: Data diolah, 2022)

Uji Validitas dan Realibilitas Variabel

Tahap pertama yang harus dilakukan sebelum analisis regresi yaitu uji validitas dan reabilitas. Uji-uji ini dilakukan untuk memastikan kuesioner yang disusun telah valid dan reliabel.

Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan terdiri dari dua yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Hasil uji validitas konvergen dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Uji Validitas Konvergen

	PLM	PRSI	BDY	KLG	DMG	GY
BDY1			0,774			
BDY2			0,823			
BDY3			0,730			
BDY4			0,851			
BDY5			0,704			
BDY6			0,731			
DMG1					0,645	
DMG2					0,930	
DMG3					0,935	
GY1						0,623
GY2						0,793
GY3						0,871
GY4						0,776
GY5						0,785
GY6						0,636
KLG1				0,841		
KLG2				0,894		
KLG3				0,664		
PLM1	0,904					
PLM2	0,907					
PLM3	0,916					
PLM4	0,821					
PLM5	0,855					
PLM6	0,626					
PLM7	0,847					
PRSI1		0,708				
PRSI2		0,816				
PRSI3		0,659				
PRSI4		0,781				
PRSI5		0,725				
PRSI6		0,833				
PRSI7		0,807				

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Keterangan

PLM : Pengalaman

PRSI : Presepsi

BDY : Budaya

KLG : Keluarga

DMG : Demografi

GY : Gaya Hidup

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *loading factor* atau nilai variabel laten > 0,5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji

konvergen variabel laten penelitian ini dinyatakan valid. Sedangkan hasil uji validitas diskriminan sebagai berikut.

Tabel 2. Uji Validitas Diskriminan

	Cronbach Alfa	Rho-A	Reliabilitas Komposit	Rata-Rata Diekstrak (AVE)	Varians
PLM	0.931	0.940	0.945	0.713	
PRSI	0.880	0.887	0.907	0.583	
BDY	0.863	0.874	0.897	0.594	
KLG	0.730	0.787	0.845	0.649	
DMG	0.798	0.876	0.882	0.719	
GY	0.844	0.873	0.885	0.566	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan *Cumminality* dengan tingkat pengukuran $> 0,5$. Sehingga variabel laten berdasarkan uji validitas diskriminan dapat dinyatakan valid.

Uji Realibilitas

Hasil uji reabilitas variabel juga dapat dilihat pada tabel 2 diatas. Berdasarkan tabel tersebut diketahui rata-rata nilai *composite reliability* semua variabel laten $\geq 0,7$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel laten penelitian dinyatakan reliabel.

Evaluasi Model Structural (*Inner Model*)

Nilai Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien atau R-Square penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai R-Square sebesar 0,766 atau 76 persen. Artinya bahwa variasi gaya hidup halal dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam penelitian ini sebesar 76 persen. sedangkan sisanya 24 persen dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi

	R-Square	Adjusted R Square
Y	0,766	0,760

Sumber: Data diolah, 2022

Uji Hipotesis

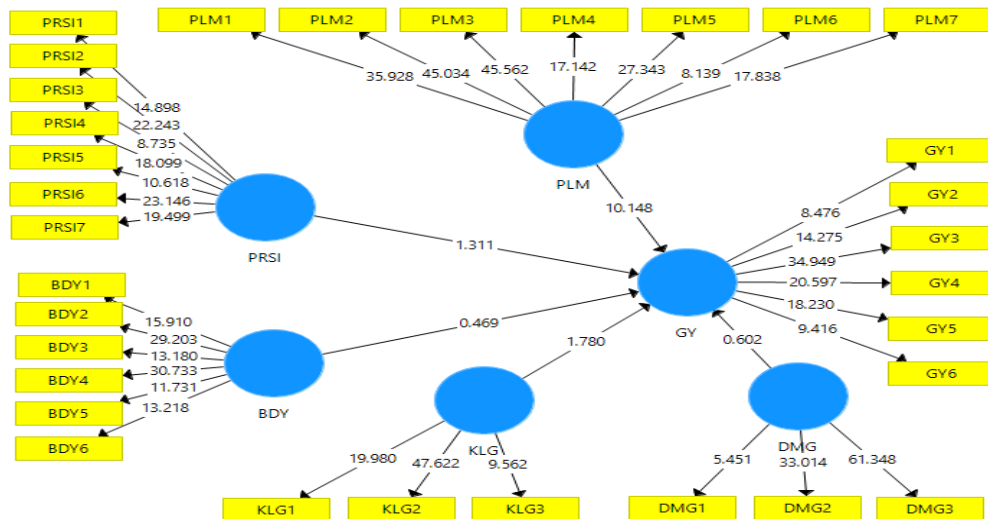
Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Uji Hipotesis

	Sampel Asli	Rata-Rata Sampel	Standar Deviasi	T-Statistik	P-Value
PLM → Y	0.858	0.844	0.084	10.175	0.000
PRSI → Y	-0.098	-0.095	0.077	1.272	0.205
BDY → Y	-0.095	-0.033	0.072	0.471	0.638
KLK → Y	0.111	0.119	0.055	2.021	0.044
DMG → Y	0.052	0.064	0.077	0.672	0.502

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa pengalaman dan keluarga memiliki nilai p value < 0,05 yang berarti bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap gaya hidup halal generasi Z di Kota Padangsimpuan. Sedangkan tiga variabel lainnya yakni persepsi, budaya dan demografi memiliki nilai p value > 0,05. Artinya tiga variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap gaya hidup halal generasi Z di Kota Padangsimpuan. Hasil *bootsrapping* pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Hasil Bootstrapping
(Sumber: Data diolah, 2022)

Islam telah memberikan tuntutan bagi setiap muslim dalam menjalani kehidupannya. Tuntunan syariat bagi muslim merupakan hal yang sangat fundamental. Setiap muslim sudah menjadi keharusan bagi dirinya untuk memilih gaya hidup yang sesuai dengan syariat Islam yakni gaya hidup halal. Menerapkan gaya hidup halal seperti makan makanan yang halal esensinya adalah wujud kepatuhan seorang hamba kepada Allah. Allah telah memerintahkan manusia untuk memakan makanan yang halal lagi baik sebagaimana tercantum dalam surah Al-Baqarah ayat 168. Makanan yang halal berarti makanan yang tidak dilarang oleh agama Islam. Tidak semua yang ada di bumi menjadi makanan halal karena Allah menciptakan bumi tidak hanya untuk manusia walaupun sebagian besar isinya dimanfaatkan untuk kepentingan manusia,

Rasullullah SAW mengingatkan umat Islam agar mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Sebab makanan yang dikonsumsi juga akan memengaruhi diterima atau tidaknya doa seorang kepada kepada Tuhan-Nya. Rasulullah SAW bersabda:

“Wahai Sa’ad, bersihkanlah makananmu dan percayalah doamu akan diterima oleh Allah SWT. Sesungguhnya jiwaku di tangan-Nya, seorang hamba yang makanannya dari sesuap benda haram ke dalam perutnya. Sesungguhnya Allah tidak akan memakbulkan

doanya selama 40 hari dan setiap daging yang tumbuh daripada makanan yang haram dan riba, maka api nerakalah yang layak baginya. (HR. At-Thabrani, Ad-Durar al Mantsur fi Tafsi bil Ma'tsur juz II hal 403).

Hadits tersebut menjadi pedoman bagi umat Islam dalam menjalani kehidupan. Allah tidak akan memberkahi hidup seseorang jika bermain-main dengan hal-hal yang haram. Tuntunan Islam dalam menjalankan syariat Islam tidak mencakup berbagai sisi kehidupan manusia. Gaya hidup halal menjadi sebuah keharusan bagi manusia dalam upaya meningkatkan kualitas hidup dan sebagai usaha untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Gaya hidup yang dipilih seseorang sebagai bentuk eksistensi diri yang diekspresikan dalam bentuk tindakan, penampilan dan lainnya yang menurutnya sesuai. Gaya hidup halal dipengaruhi oleh banyak faktor yang meliputi faktor internal dan faktor eksternal diantaranya pengalaman, keluarga, persepsi, budaya, demografi dan lainnya. Gaya hidup berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi.

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya diketahui bahwa pengalaman dan keluarga memengaruhi generasi Z dalam menerapkangaya hidup halal. Sedangkan persepsi, budaya dan demografi tidak memengaruhi generasi Z dalam menerapkan gaya hidup halal. Kota Padangsidempuan pada tahun 2020 memiliki jumlah penduduk sebanyak 225.105 jiwa. Masyarakat Kota Padangsidempuan yang mayoritas beragama Islam membuat kehidupan sehari-hari masyarakat, budaya dan tradisi sangat kental dengan nuansa islami. Agama Islam dipandang sangat penting dan besar pengaruhnya dalam perubahan tingkah laku masyarakat. Pengalaman merupakan proses pembelajaran yang diperoleh dari semua tindakan yang dialami dimasa lalu dan dapat dipelajari. Hasil dari proses belajar ini seseorang akan memperoleh pengalaman yang pada akhirnya dapat membentuk pengetahuan serta pandangan terhadap suatu objek. Generasi Z yang tumbuh di era teknologi digital dan media sosial membuat mereka dengan sangat mudah untuk mendapatkan informasi. Kemudahan akses informasi tersebut

membentuk pengetahuan mereka dalam berbagai bidang. Pengalaman berpengaruh terhadap gaya hidup halal berarti bahwa generasi Z di Kota Padangsidempuan telah memiliki pengetahuan serta pengalaman terkait pentingnya seorang muslim dalam menjalani kehidupan sehari-hari sesuai dengan tuntutan syariah Islam. Nilai-nilai ajaran agama memiliki peran dalam memengaruhi perilaku konsumen (Forghani et al., 2019) yang pada akhirnya juga akan memengaruhi keputusan konsumen dan gaya hidup yang dipilih oleh seseorang (Hunting, A & Conroy, D, 2018). Dalam penelitian terdahulu dinyatakan bahwa adanya keyakinan terhadap agama Islam membuat generasi milenial mengkonsumsi makanan halal. Hal ini dikarenakan generasi milenial mengikuti ajaran Islam untuk memperhatikan makanan yang dimakan yaitu makanan yang halal dan baik untuk kesehatan (Nurhidayana & Juniarti, 2020).

Generasi Z di Kota Padangsidempuan yang memiliki kesadaran tentang pentingnya menjalankan kehidupan sesuai ajaran Islam tidak dapat dilepaskan dari peran pendidikan agama dalam keluarga. Keluarga sebagai unit terkecil dari masyarakat menjadi bagian penting dalam upaya menanamkan nilai-nilai dan ajaran agama Islam. Perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh keluarga melalui pembiasaan, keteladanan dan penjelasan akan membentuk sebuah pola pikir dan akan diwujudkan dalam perilaku. Pendidikan yang diberikan orang tua memberikan dasar bagi pengetahuan anak, Keluarga menjadi media yang paling utama dalam membentuk sikap, nilai-nilai yang baik bagi perkembangan anak yang akan membentuk pola hidupnya. Selain itu keluarga juga berperan dalam membentuk gaya hidup yang sesuai dengan keluarga (Narmaditya, 2013). Nilai-nilai ajaran Islam yang ditanamkan dalam keluarga membuat berbagai aktivitas yang dilakukan sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini seperti pilihan untuk menerapkan gaya hidup halal dalam kehidupan sehari-hari.

Persepsi merupakan proses seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran terhadap sesuatu (Manalu & Nurhamlin, 2017). Generasi Z di Kota Padangsidempuan telah memahami dengan baik bahwa seorang muslim wajib menerapkan gaya hidup halal. Namun mereka masih menganggap atau berpersepsi bahwa ada faktor



lain selain informasi dan pengetahuan terkait gaya hidup halal yang dapat menjadi penghambat dalam menerapkan gaya hidup halal dalam kehidupannya. Jadi perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor lain yang dapat menjadi penghambat dalam menerapkan gaya hidup halal. Generasi Z yang pemahamannya kurang terhadap kewajiban seorang muslim menerapkan gaya hidup halal serta manfaat yang besar dengan menerapkan gaya hidup halal membuat mereka belum membudayakan gaya hidup halal dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman tentang manfaat besar dari penerapan gaya hidup halal akan dapat memotivasi generasi Z untuk menerapkannya.

Ajaran Islam bersifat universal yang berarti bahwa ajaran Islam diperuntukkan bagi semua makhluk ciptaan Allah. Selain bersifat universal, Islam juga bersifat fleksibel mengikuti perkembangan zaman (Ngulwiyah et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa ajaran-ajaran Islam sesuai dijalankan dan diamalkan oleh siapapun dan kapanpun zamannya. Berkaitan dengan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup halal tidak hanya sesuai untuk diterapkan oleh seorang muslim tetapi semua individu tanpa membedakan jenis kelamin, usia dan tingkat pendapatan.

KESIMPULAN

Gaya hidup halal menunjukkan bagaimana seseorang menjalani kehidupannya dengan didasarkan pada nilai-nilai Islam. Gaya hidup halal memiliki prinsip halal dan *thayyiban* yang berarti sesuatu yang diperbolehkan oleh agama, memenuhi standar kelayakan, kebersihan, serta memiliki efek yang baik bagi manusia. Gaya hidup halal dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Pengalaman dan keluarga memengaruhi generasi Z dalam menerapkan gaya hidup halal di Kota Padangsidempuan. Sedangkan persepsi, budaya dan demografi tidak memengaruhi generasi Z dalam menerapkan gaya hidup halal di Kota Padangsidempuan. Keluarga berperan penting dalam menanamkan nilai-nilai Islam terhadap anak yang selanjutnya membentuk pengetahuan serta pengalaman terhadap pentingnya menjalani kehidupan

sesuai dengan ajaran Islam. Gaya hidup halal sebagai wujud ketaatan seorang muslim kepada Allah SWT dengan menjadikan nilai-nilai Islam sebagai pedoman dalam menjalani setiap aktivitas dalam kehidupannya.

Berdasarkan pengujian, pembahasan serta simpulan yang telah dilakukan maka terdapat beberapa hal yang dapat peneliti sarankan bahwa: Pertama, Analisis terhadap penerapan gaya hidup halal perlu terus dilakukan dengan memperkaya variabel -variabel internal dan eksternal yang digunakan untuk memperoleh hasil analisis yang lebih akurat. Kedua, jumlah populasi dan sampel yang digunakan juga perlu tambahkan oleh peneliti selanjutnya untuk mendapatkan hasil analisis yang lebih representatif. Ketiga, Analisis terkait faktor penghambat pengembangan industri halal di Indonesia perlu dilakukan sebagai bahan kajian dalam upaya meningkatkan pengembangan industri halal di Indonesia. Karena Industri halal diharapkan dapat memberikan alternatif pilihan produk-produk halal bagi konsumen muslim di Indonesia.

REFERENSI

- Adinugraha, H. G., & Sartika, M. (2019). HALAL LIFESTYLE DI INDONESIA | *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/nisbah/article/view/1406>
- BPS. (2021). *Data Kependudukan Kota Padangsidempuan*. <https://padangsidempuankota.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3>
- Budiarti, L., Wijayanti, R. F., & Evelina, T. Y. (2020). PENGARUH HALAL CERTIFICATION DAN HALAL AWARENESS TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK GUNAAN. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 13(2), 150–155. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v13i2.73>
- Departemen Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.
- Fadloli, F., Widaningsih, W., & Chalim, A. (2021). HALAL LIFESTYLE OF MALANG STATE POLYTECHNIC STUDENTS. *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial*, 3(1), Article 1. <https://prosiding.polinema.ac.id/sngbs/index.php/sngbs/article/view/322>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428–435.

- Forghani, M. H., Kazemi, A., & Ranjbarian, B. (2019). Religion, peculiar beliefs and luxury cars' consumer behavior in Iran. *Journal of Islamic Marketing*.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. I., & Best, R. J. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Companies, Inc.
- Hidayat, S. E., Rafiki, A., & Nasution, M. D. T. P. (2021). Halal industry's response to a current and post-COVID-19 landscape and lessons from the past. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2020-0180>
- Hunting, A, & Conroy, D. (2018). *Spirituality, Stewardship and Consumption: New Ways of Living in a Material World*. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Hunting%2C+A.%2C+%26+Conroy%2C+D.+%282018%29.+Spirituality%2C+stewardship+and+consumption%3A+new+ways+of+living+in+a+material+world.+Social+Responsibility+Journal%2C+14%282%29%2C+255%E2%80%93273.+https%3A%2F%2Fdoi.org%2F10.1108%2FSRJ-06-+2016-009&btnG=
- Icricinternational. (2021). *State of the Global Islamic Economy 2020/2021*. <https://www.icricinternational.org/state-of-the-global-islamic-economy-2020-21-report-is-published/>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *Mengolah Potensi Ekonomi Syariah*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- KNEKS. (2020). *Gaya Hidup Halal Alternatif Terbaik Peningkatan Kualitas Hidup Manusia*. Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah. <https://knks.go.id/berita/319/gaya-hidup-halal-alternatif-terbaik-peningkatan-kualitas-hidup-manusia?category=1>
- KNEKS. (2021). *Gaya Hidup Halal Alternatif Terbaik Peningkatan Kualitas Hidup Manusia*. Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah. <https://knks.go.id/berita/319/gaya-hidup-halal-alternatif-terbaik-peningkatan-kualitas-hidup-manusia?category=1>
- Kotler, P. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Lubis, R. H., & Izzah, N. (2022). Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 97–105.
- Manalu, M., & Nurhamlin. (2017). KORELASI STATUS SOSIAL EKONOMI KELUARGA TERHADAP GAYA HIDUP REMAJA DI KOTA PEKANBARU (STUDI KASUS SISWA SMA NEGERI 12 PEKANBARU). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(2), 1–14.
- Musdja, M. Y. (2019). *The Implementation Of Halal Lifestyle In Society*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/47633>

- Narmaditya, B. S. (2013). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumsi Dimediasi Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2011. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v1i1.12757>
- Ngulwiyah, I., Rohimah, R. B., & Suaidi, S. (2021). PERAN ISLAM DALAM MEWUJUDKAN KESELAMATAN HIDUP DI DUNIA DAN AKHIRAT DALAM KONTEKS KEHIDUPAN MODERN. *Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA (Jujur, Adil, Wibawa, Amanah, Religius, Akuntabel)*, 7(1), Article 1. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JAWARA/article/view/11609>
- Nugraheni. P. N A. (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Fakultas Psikologi UMS.
- Nur, M. R. T., Fathoni, M. A., & Sari, L. P. (2021). The Impact of Awareness, Lifestyle and Halal Certification on The Buying Interests of MSME's Halal Food Products in DKI Jakarta. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 156–189. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v4i2.3207>
- Nurhidayana, A., & Juniarti, R. P. (2020). *Bagaimana Generasi Milenial Membeli Makanan Halal? Peran Religious Belief, Subjective Norm, dan Halal Awareness*. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jmbs/article/view/11957>
- Setiawan, & Hasbi Assidiki Mauluddi. (2019). PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK HALAL DI KOTA BANDUNG | Setiawan | *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/attijarah/article/view/1849>
- Sholikhah, B., Fitri, R., & Mahanani, Y. (2021). Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal MUI pada Generasi Millenial. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2), 193–211. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3754>
- Sukardi. (2004). *Metodologi Penelitian Penelitian Kompetensi dan Praktiknya*. Bumi Aksara.
- Sukoso, W., A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2020). *Buku Ekosistem Industri Halal*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Buku-Ekosistem-Industri-Halal.aspx>
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Vargas-Sánchez, A., & Perano, M. (2018). Halal Tourism through the Lens of Generation Z in a Muslim Majority Country: Implications on Tourist Services. *International Journal of Business and Management*, 13(9), 36. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n9p36>



Wibowo, M. W., Putri, A. L. S., Hanafiah, A., Permana, D., & Sh Ahmad, F. (2021). How education level polarizes halal food purchase decision of Indonesian millennials. *Journal of Islamic Marketing, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2020-0323>