

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi Syariah sebagai suatu pemikiran ekonomi yang dianggap dapat menjadi alternatif dari pemikiran ekonomi saat ini, yang sedang berkembang pesat di seluruh dunia dalam 10 tahun terakhir. Suatu pemikiran yang pada awal kehadirannya merupakan suatu kemustahilan, namun pada saat ini sudah merambah banyak negara di dunia.¹ Tidak semuanya negara dengan mayoritas penduduknya muslim, tetapi juga dengan mayoritas penduduk nonmuslim. Contohnya adalah perkembangan pesat keuangan syariah di Inggris yang kemudian mencoba menjadi pusat keuangan syariah di dunia.

Ditengah perkembangan yang amat pesat dan kondisi kita saat ini yang sedang berada di era digital dapat membuat ekonomi syariah semakin menyebarkan pengaruhnya ke seluruh penjuru dunia. Ekonomi syariah dengan segala infrastruktur dan instrumennya harus mampu mengambil peluang yang sangat besar ini. Kesempatan emas ini harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh para penggiat ekonomi syariah. Banyak hal yang dilakukan dalam dunia digital seperti sekarang ini dalam mengembangkan ekonomi syariah, khususnya di Indonesia. Indonesia yang memiliki gelar negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ini memiliki potensi sangat besar dalam pengembangan ekonomi syariah.

¹AAN ANSORI, "Digitalisasi Ekonomi Syariah," *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016). h.1-8.

Berdasarkan sensus Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk muslim di Indonesia berada di kisaran 87% atau sekitar 207 juta jiwa.² Jumlah yang sangat besar ini harus dimanfaatkan dengan sangat jeli, terlebih ketika kita dapat dengan mudah mengakses teknologi *smartphone* sebagai dampak kemajuan teknologi digital. Ekonomi dan keuangan syariah memiliki potensi besar di Indonesia yang harus terus digali dan dikembangkan, karena sektor ekonomi dan keuangan dengan prinsip syariah tersebut bisa berperan dalam mendorong perekonomian regional maupun nasional. Tidak hanya terkait keuangan, gaya hidup halal atau halal *lifestyle* pun mampu secara nyata mendorong perekonomian, dan halal *lifestyle* berlaku bagi berbagai pihak.³

Halal *lifestyle* belakangan ini memang tengah melanda dunia, tidak hanya menggejala pada negara-negara yang mayoritas berpenduduk muslim tetapi juga di negara berpenduduk mayoritas non muslim. Kesadaran pemenuhan pangan halal meningkat di kancah global beriringan dengan menggeliatnya wisata halal global yang tidak melulu terbatas pada sektor destinasi wisata yang berkait situs keislaman (religi) tetapi menyangkut pemenuhan kebutuhan-kebutuhan wisata itu sendiri. Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Dalam sistem perdagangan internasional masalah sertifikasi dan penandaan kehalalan produk mendapat perhatian baik dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen umat Islam di seluruh dunia sekaligus sebagai strategi menghadapi tantangan globalisasi.

²AAN ANSORI, "Digitalisasi Ekonomi Syariah," *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016), h. 3

³Aslikhah, "Potensi Ekonomi Syariah Dengan Tren Halal Lifestyle Di Indonesia Dalam Perspektif State the Global Islamic Economy Report," *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 2021, h.33–44.

Di Indonesia, sudah dibentuk peraturan perundang-undangan jauh sebelum lahirnya Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.⁴ Dengan adanya pengaturan tersebut, semakin mempertegas betapa mendesaknya persoalan halal-haram dalam rantai produksi dari pelaku usaha hingga sampai dan dikonsumsi oleh konsumen dan merupakan wujud nyata negara dalam melindungi konsumen.

Halal dalam Konsep kemaslahatan dalam halal bersifat universal baik bagi umat Muslim maupun non-Muslim, karena halal tidak hanya mencakup kebutuhan syariah, tetapi juga merupakan konsep keberlanjutan melalui aspek kebersihan, sanitasi dan keselamatan, membuat produk halal dapat diterima oleh konsumen yang peduli tentang keamanan makanan dan gaya hidup sehat serta halal. Ini membuktikan bahwa konsep halal sudah diterima oleh Muslim dan non-Muslim, dan secara bertahap mulai menjadi gaya hidup.

Halal *lifestyle* diperlukan oleh semua umat manusia tidak hanya untuk umat Islam, karena konsep halal berlaku universal dan secara filosofis dan praktis adalah inovasi dari standar operasional prosedur (SOP) sejak empat belas abad yang lalu ada dalam syariah Islam. Di dalam halal *lifestyle* terdapat unsur kesehatan, keselamatan dan keamanan, kemakmuran dan martabat manusia. Istilah halal *lifestyle* tidak dimaksudkan untuk pembatasan atau pemaksaan, melainkan untuk memperkenalkan kembali ramhatan lil'alamin-nya ajaran Allah

⁴Luris studia “Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle),” Jurnal Kajian Hukum 1, no. 1 (2020). h.14–20,

SWT dari sudut pandang syariah yang sudah dinyatakan dalam Alquran dan hadist.⁵

Halal *lifestyle* sangat penting bagi semua Muslim di dunia. Ini mengarah pada cara hidup yang benar dan tidak bias. Kata Halal adalah Bahasa Arab mengacu pada tafsir Alquran yang berarti bahwa apa pun yang diizinkan oleh syariah. Syariah menjelaskan serta mengatur tentang sikap manusia dalam kehidupan pribadi dan sosialnya.⁶

Dari paparan tersebut, maka semestinya gaya hidup halal perlu dipupuk sejak dini. Karena besarnya pengeluaran umat Muslim Indonesia untuk gaya hidup halal sangat potensial dan pentingnya pemahaman atas praktik halal *lifestyle* bagi masyarakat maka tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena gaya hidup halal yang sedang menjadi tren di Indonesia bahkan di dunia agar dapat menambah hazanah pengetahuan halayak di bidang halal *lifestyle*, sehingga tulisan ini bisa memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memilih gaya hidup islami melalui halal *lifestyle*.

Secara implisit, halal *lifestyle* memiliki makna berperilaku sesuai dengan Syariah yang bertujuan untuk menjaga dan melindungi umat Islam (*himayatul ummah wa wiqoyatuha*) dalam mengonsumsi barang-barang yang tidak halal

⁵Eko Putra Boediman, “*Halal Lifestyle in Marketing Communication of Tourism and Hospitality*”, *International Journal of Economic Research*, Volume. 14, Number. 4, 2017, h. 429.

⁶Anas Bin Mohd Yunus, Wan Mohd Yusof bin Wan Chik, Mahani Binti Mohamad, “*The Concept of Halalan Tayyiba and Its Application in Products Marketing: A Case Study at Sabasun HyperRuncit Kuala Terengganu, Malaysia*”, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 1, No. 3, 2010, h. 239.

dalam hidupnya. Kesimpulannya bahwa halal *lifesty* merupakan bergaya hidup yang tidak melanggar nilai-nilai ajaran Islam.⁷

Halal disebutkan dengan jelas dalam kitab suci dalam beberapa surat, di antaranya Allah berfirman dalam, yang menjelaskan tentang halal:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ ١٦٨

Terjemahnya:

*Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu. (ayat 168).*⁸

Membincangkan masalah halal dalam kaitannya dengan produk berupa makanan. Halal berarti makanan tersebut diperbolehkan dan diijinkan dalam Islam seperti tertera dalam kitab suci kecuali sesuatu yang menunjukkan kebalikannya. Seorang muslim harus memastikan apa yang dimakannya adalah makanan yang halal. Seiring dengan meningkatnya kesadaran umat, perhatian tidak hanya ditujukan pada produk saja, tetapi juga proses. Sejalan dengan hal tersebut, riset tentang topik halal juga mengalami perkembangan.⁹

Secara Syariah sebuah produk disebut halal bilamana memenuhi kriteria dalam surat albaqarah ayat 168 ini: Lantas, apa makna halal dan thayyib? Halal berarti boleh, dizinkan, dan sesuai dengan hukum atau ketentuan agama (syariah). Halal artinya bukan haram atau diharamkan oleh Allah swt baik haram karena

⁷Sambutan KH. Ma'ruf Amin baca Niken Setyarini, "Menumbuhkan Eksistensi Gaya Hidup Halal di Indonesia", Artikel, 2016.

⁸ Kementrian Agama RI, Al – Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: CV penerbit Diponegoro, 2015),

⁹Ira Setyaningsih, *Perkembangan Topik Halal Dalam Penelitian* Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, h.56

esensi (dzat)-nya maupun haram karena proses (cara) mendapatkan dan memperolehnya, seperti barang-barang hasil mencuri, merampok, merampas, suap, judi, atau yang diperoleh melalui membungakan uang (riba). Jadi halal merujuk pada barang-barang selain yang haram dan diharamkan oleh Allah swt baik haram karena dzat maupun prosesnya.

Menurut kaidah ushul fiqh, pada dasarnya segala sesuatu itu adalah boleh (halal), kecuali ada dalil yang secara tegas melarangnya. Jadi, kalau tidak ada dalil syara' (agama) yang mengharamkan suatu perkara (perbuatan/barang), maka sesuatu itu berarti boleh dilakukan/ dikonsumsi dan atau dipergunakan.¹⁰

Lifestyle merupakan cara atau pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan melalui aktivitas, minat dan opininya.¹¹ Gaya hidup mengacu pada bagaimana cara hidup seseorang dengan menggabungkan prinsip, nilai- nilai dan standar hidup yang biasa di terapkan. Berdasarkan perspektif ekonomi, gaya hidup menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana pola perilaku seseorang dalam menggunakan pendapatan atau harta yang dimiliki, memilih produk- produk barang atau jasa dengan berbagai pilihan dan ketika memilih alternatif pada persediaan suatu produk dalam kategori yang sama.¹²

¹⁰Yusuf Qardhawi, Yusuf al Qardhawy, dkk, 2012, h.25-30

¹¹Alfitri Zukhrufani dan Muhammad Zakiy “*The Effect Of Beauty Influencer,Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical PurchasingDecisions*” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019.

¹²Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).

Halal lifestyle saat ini sudah menjadi tren di Indonesia dan menjadi salah satu negara pelopor gaya hidup halal.¹³ Hal ini disebabkan oleh tingginya angka penduduk Indonesia yang beragama Islam. Oleh karena itu, Indonesia sangat potensial sebagai negara pengembang tren halal *lifestyle*. Misalnya sektor pariwisata yang terkenal dengan istilah wisata halal, di Indonesia dapat dijumpai di NTB (dalam Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat, Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal) dan Provinsi Aceh sudah dideklarasikan sebagai daerah destinasi wisata halal unggulan oleh Menteri Pariwisata.

Halal *lifestyle* yang selalu memperhatikan unsur ke halalan dari berbagai sisi dalam aspek kehidupannya disebut dengan halal *lifesyle* atau biasa dikenal dengan sebutan halal *lifestyle*. Halal *lifestyle* dipandang sebagai pola gaya hidup baru untuk penduduk muslim di dunia, khususnya penduduk muslim di Indonesia yang notabane nya sebagai negara dengan penduduk mayoritas beragama muslim terbesar. Halal *lifestyle* saat ini sedang menjadi trend di Indonesia, bukan hanya negara yang notabane berpenduduk muslim saja yang bisa menerapkan trend gaya hidup baru ini, melainkan juga negara- negara yang penduduknya maoritas non-muslim juga ikut mengambil peluang. Hal ini membuktikan bahwa trend halal *lifestyle* mendapat respon positif di kancah nasional dan internasional.¹⁴

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa memperhatikan gaya hidup atau perilaku yang sedang berkembang di tengah- tengah masyarakat

¹³Anton Bawono “*Making Indonesia as the World Halal Lifestyle Center Based on Islam Indonesia Values*” di Auditorium Kampus I Jl. Tentara Pelajar, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2017.

¹⁴Hendri Hermawan Adinugraha dan Mila Sartika, *Halal Lifestyle di Indonesia*. Vol.05 No. 02 April 2019.

perlu dilakukan untuk mengetahui apa yang sedang dibutuhkan masyarakat dan apakah gaya hidup berpengaruh dalam menentukan Tren halal *lifestyle* sebagai potensi pengembangan ekonomi syariah untuk mengetahui hal tersebut, langkah yang dapat dilakukan oleh perbankan syariah yaitu dengan memperhatikan, apakah sasaran yang akan dituju sudah tepat dan apakah promosi yang dijalankan juga sudah berjalan dengan baik.

Oleh sebab itu penelitian yang akan peneliti lakukan ini bertujuan untuk membuktikan tren halal *lifestyle* sebagai potensi ekonomi syariah. Hal inilah yang melatar belakangi peneliti untuk mencoba melakukan penelitian terkait permasalahan tersebut yang berjudul “Tren halal *lifestyle* sebagai potensi pengembangan ekonomi”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah di paparkan diatas, maka dapat di ambil rumusan masalah yaitu:

1. Faktor apa yang menjadi hambatan Mahasiswa dalam menerapkan halal *lifestyle*?
2. Bagaimana pengaruh tren halal *lifestyle* dalam pengembangan ekonomi syariah?

C. Hipotesis

Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kualitatif, tidak dirumuskan hipotesis tetapi justru diharapkan dapat ditemukan hipotesis.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah tren halal *lifestyle* berpotensi dalam pengembangan ekonomi syariah.

D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah di paparkan diatas, maka dapat di ambil tujuan dan kegunaan penelitian yaitu:

1. Mengetahui Faktor apa yang menjadi hambatan Mahasiswa dalam menerapkan halal *lifestyle*.
2. Mengetahui pengaruh tren halal *lifestyle* dalam pengembangan ekonomi syariah.

E. Definisi Operasional Dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Definisi Operasional

Defenisi operasional adalah suatu defenisi yang mencakup mengenai penjelasan suatu variabel yang ingin diteliti sehingga variabel tersebut dapat diukur dan diamati. Defenisi operasional ini penting dilakukan dalam penelitian kuantitatif karena defenisi operasional dapat memberikan yang jelas mengenai suatu variabel tersebut diukur.

2. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah suatu batasan – batasan atau cakupan penelitian dilakukan sehingga penelitian dapat terarah dan efesien. Untuk mencegah kesalahpahaman istilah dalam penelitian ini, penulismendefinisikan beberapa istilah secara operasional, sebagai berikut:

1) Halal *lifestyle*

Halal *lifestyle* didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Halal *lifestyle* adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variable lain. Halal *lifestyle* juga diartikan sebagai konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.¹⁵

2) Pengembangan Ekonomi Syariah

Perkembangan adalah suatu perubahan yang terjadi secara berkesinambungan yang menuju pada tingkat yang lebih tinggi, sedangkan Ekonomi Syariah adalah ilmu yang mempelajari permasalahan ekonomi dalam kehidupan masyarakat yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariat islam. Landasan dari ekonomi syariah sendiri adalah Al-Quran, Hadis, Ijma (kesepakatan ulama), dan qiyas (analogi), jadi dapat disimpulkan bahwa perkembangan ekonomi syariah adalah perubahan atau peningkatan dalam berbagai hal yang berkaitan dengan program ekonomi syariah. Yang dapat dilihat dengan bertambahnya lembaga-lembaga ekonomi syariah dan peningkatan dalam kualitas.

¹⁵Jasmani, "*Ensiklopedi Hukum Islam, Jilid 2*", Hijab Dan Jilbab Menurut Hukum Fikih, 2 Juli 2013.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hubungan dengan penelitian sebelumnya

Tabel 2. 1 Hubungan dengan penelitian sebelumnya

No	Judul (Skripsi/Jurnal)	Penulis	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh Halal Lifestyle Terhadap Cusstomer Value Survey Pada Hotel Syariah di Bandung” (Jurnal Indonesia Membangun, Vol.18, No.2, 2019.) ¹⁶	Fitri Lestari dan Duduh Sanjaya	hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel bebas halal lifestyle sebesar 23% terhadap variable terikat yaitu customer value.	Adapun persamaannya yaitu sama-sama meneliti terkait halal lifestyle	Fokuskan kepada pengaruh halal lifestyle terhadap customer value survey pada hotel Syariah
2	“The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Toward Halal Cosmetical Purchasing Decisions” Jurnal Ekonomi dan	Alfitri Zukhrufani dan Muhammad Zakiy	hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat beauty influecer, gaya hidup, brand imagedan labelisasi halal berpengaruh positif terhadap keputusan	Adapun persamaannya yaitu sama-sama terkait gaya hidup.	Fokus kepada pengaruh beauty influencer, gaya hidup, brand image, dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian kosmetik halal

¹⁶ Fitri Lestari dan Duduh Sanjaya, “Pengaruh Halal Lifestyle Terhadap Cusstomer Value Survey Pada Hotel Syariah di Bandung” Jurnal Indonesia Membangun, Vol.18, No.2, 2019.

	Bisnis Islam, Vol.5, No.2, 2019. ¹⁷		pembelian kosmetik.		
3	“Pengaruh persepsi label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fesyen muslim”. ¹⁸	Shilachul Alfinul Alim, M. Kholid Mawardi.	hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut bahwa gaya hidup syariah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada klinik kecantikan Aishaderm dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada klinik kecantikan Aishaderm, karena semakin sesuai dengan harga yang ditetapkan maka semakin tinggi pula	persamaannya yaitu sama-sama meneliti terkait gaya hidup atau lifestyle.	skripsi ini lebih menekankan pembahasan terkait pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian

¹⁷ Alfriti Zukhrufani dan Muhammad Zakiy “*The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions*” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.5, NO.2, 2019.

¹⁸ Hilachul Alfinul Alim, M. Kholid Mawardi, Dan Aniesa Samira Bafadhal, “*Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim*” Jurnal, Universitas Brawijaya Malang, 2018.

			keputusan pembelian konsumen		
--	--	--	------------------------------------	--	--

B. Kajian Teori

1. Ekonomi Syariah

a. Pengertian Ekonomi Syariah

Penjelasan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2006 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1989 Tentang Peradilan Agama Huruf I yang dimaksud dengan “Ekonomi Syari’ah” adalah perbuatan atau kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip syari’ah, antara lain meliputi:¹⁹

- 1) Bank syari’ah
- 2) Lembaga keuangan mikro syari’ah
- 3) Asuransi syari’ah; d. reasuransi syari’ah
- 4) Reksa dana syari’ah
- 5) Obligasi syari’ah dan surat berharga berjangka menengah syari’ah;
- 6) Sekuritas syari’ah
- 7) Pembiayaan syari’ah; i. pegadaian syari’ah

¹⁹Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2006 tentang Amandemen Peradilan Agama, h.29

8) Dana pensiun lembaga keuangan syari'ah

9) Bisnis syari'ah.

Ekonomi Syariah adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara Islam, yaitu berdasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu Al Qur'an dan Sunnah Nabi.²⁰ Ekonomi syariah memiliki dua hal pokok yang menjadi landasan hukum sistem ekonomi syariah yaitu Al Qur'an dan Sunnah Rasulullah, hukum-hukum yang diambil dari kedua landasan pokok tersebut secara konsep dan prinsip adalah tetap (tidak dapat berubah kapanpun dan di mana saja).²¹

Berikut ini beberapa pengertian Ekonomi Syariah dari beberapa sumber buku: Menurut Monzer Kahf dalam bukunya *The Islamic Economy* menjelaskan bahwa ekonomi Islam adalah bagian dari ilmu ekonomi yang bersifat interdisipliner dalam arti kajian ekonomis syariah tidak dapat berdiri sendiri, tetapi perlu penguasaan yang baik dan mendalam terhadap ilmu-ilmu syariah dan ilmu-ilmu pendukungnya juga terhadap ilmu-ilmu yang berfungsi sebagai tool of analysis seperti matematika, statistik, logika dan ushul fiqh.²² M.A. Mannan mendefinisikan ilmu ekonomi syariah sebagai suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai

²⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h 17.

²¹ Muchlisin Riadi, *Pengertian, Tujuan, Prinsip dan Manfaat Ekonomi Syariah*, 2017.

²² Al Arif, M. Nur Rianto dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 7.

Islam.²³ Definisi ekonomi syariah berdasarkan pendapat Muhammad Abdullah Al-Arabi¹⁰, Ekonomi Syariah merupakan sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang kita simpulkan dari Al Qur'an dan As-sunnah, dan merupakan bangunan perekonomian yang kita dirikan di atas landasan dasar-dasar tersebut sesuai dengan tiap lingkungan dan masa.

b. Prinsip – Prinsip Ekonomi Syariah

Pelaksanaan ekonomi syariah harus menjalankan prinsip-prinsip sebagai berikut:²⁴

- 1) Berbagai sumber daya dipandang sebagai pemberian atau titipan dari Allah swt kepada manusia
- 2) Islam mengakui kepemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu.
- 3) Kekuatan penggerak utama ekonomi syariah adalah kerja sama.
- 4) Ekonomi syariah menolak terjadinya akumulasi kekayaan yang dikuasai oleh segelintir orang saja.
- 5) Ekonomi syariah menjamin kepemilikan masyarakat dan penggunaannya direncanakan untuk kepentingan banyak orang.
- 6) Seorang muslim harus takut kepada Allah swt dan hari penentuan di akhirat nanti.
- 7) Zakat harus dibayarkan atas kekayaan yang telah memenuhi batas (nisab).
- 8) Islam melarang riba dalam segala bentuk.

²³ M. A Mannan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Intermasa, 1992), h. 15.

Layaknya sebuah bangunan, sistem ekonomi syariah harus memiliki fondasi yang berguna sebagai landasan dan mampu menopang segala bentuk kegiatan ekonomi guna mencapai tujuan mulia. Berikut ini merupakan prinsip-prinsip bisnis ekonomi syariah, diantaranya adalah:²⁵ Pelarangan Riba (prohibition of riba), Pencegahan gharar dalam perjanjian (avoidance of gharar or ambiguities in contractual agreements), Pelarangan usaha untung-untungan atau gambling (prohibition of meisir), Praktik jual beli atau dagang (application of al bay, trade and commerce), pelarangan perdagangan komoditas terlarang (prohibition from conducting business involving prohibited commodities).

c. Tujuan Ekonomi Syariah

Tujuan Ekonomi Syariah selaras dengan tujuan dari syariat Islam itu sendiri (maqashid asy syari'ah), yaitu mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (hayyah thayyibah). Tujuan falah yang ingin dicapai oleh Ekonomi Syariah meliputi aspek mikro ataupun makro, mencakup horizon waktu dunia atau pun akhirat.²⁶ Seorang fuqaha asal Mesir bernama Prof. Muhammad Abu Zahrah mengatakan ada tiga sasaran hukum Islam yang menunjukkan bahwa Islam diturunkan sebagai rahmat bagi seluruh umat manusia, yaitu:²⁷

- 1) Penyucian jiwa agar setiap muslim bisa menjadi sumber kebaikan bagi masyarakat dan lingkungannya

²⁵ Ahmad Mujahidin, *Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 40.

²⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Op.Cit, h. 54.

²⁷ Afzalur Rahman, *Doktrin ekonomi Islam Jilid I*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), h. 84.

- 2) Tegaknya keadilan dalam masyarakat. Keadilan yang dimaksud mencakup aspek kehidupan di bidang hukum dan muamalah
- 3) Tercapainya masalahah (merupakan puncaknya). Para ulama menyepakati bahwa masalahah yang menjadi puncak sasaran di atas mencakup lima jaminan dasar, yaitu: keselamatan keyakinan agama (al din), keselamatan jiwa (al nafs), keselamatan akal (al aql), keselamatan keluarga dan keturunan (al nasl) dan keselamatan harta benda (al mal).

d. Manfaat Ekonomi Syariah

e. Apabila mengamalkan ekonomi syariah akan mendatangkan manfaat yang besar bagi umat muslim dengan sendirinya, yaitu:²⁸

- 1) Mewujudkan integritas seorang muslim yang kaffah, sehingga islamnya tidak lagi setengah – setengah. Apabila ditemukan ada umat muslim yang masi bergelut dan mengamalkan ekonomi konvensional, menunjukkan bahwa keislamannya belum kaffah.
- 2) Menerapkan dan mengamalkan ekonomi syariah melalui lembaga keuangan Islam, baik berupa bank, asuransi, pegadaian, maupun BMT (Baitul Maal wat Tamwil) akan mendapatkan keuntungan dunia dan akhirat. Keuntungan di dunia diperoleh melalui bagi hasil yang diperoleh, sedangkan keuntungan di akhirat adalah terbebas dari unsur riba yang diharamkan oleh Allah.

²⁸Riadi, Muchlisin. Pengertian, Tujuan, Prinsip dan Manfaat Ekonomi Syariah, <http://www.kajianpustaka.com/2016/09/pengertian-tujuan-prinsip-dan-manfaatekonomi-syariah.html>, Di akses tanggal 9 Januari 2024.

- 3) Praktik ekonomi berdasarkan syariat Islam mengandung nilai ibadah, karena telah mengamalkan syariat Allah.
- 4) Mengamalkan ekonomi syariah melalui lembaga keuangan syariah, berarti mendukung kemajuan lembaga ekonomi umat Islam.
- 5) Mengamalkan ekonomi syariah dengan membuka tabungan, deposito atau menjadi nasabah asuransi syariah berarti mendukung upaya pemberdayaan ekonomi umat. Sebab dana yang terkumpul akan dihimpun dan disalurkan melalui sektor perdagangan riil.
- 6) Mengamalkan ekonomi syariah berarti ikut mendukung gerakan amar ma'ruf nahi munkar. Sebab dana yang terkumpul pada lembaga keuangan syariah hanya boleh disalurkan kepada usaha-usaha dan proyek yang halal.

2. Perkembangan Ekonomi Syariah

Berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia merupakan pengaruh dari berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwataatmadja, M. Dawam Rahardjo, A.M. Saefuddin, M. Amien Azis, dan lain-lain. Beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan. Di antaranya adalah Baitul Tamwil-Salman, Bandung, yang sempat tumbuh

mengesankan. Di Jakarta juga dibentuk lembaga serupa dalam bentuk koperasi, yakni Koperasi ridho Gusti.²⁹

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MU yang berlangsung di Hotel Sahid Jaya Jakarta, 20-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat Munas IV MUI, dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Ditandai dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992 dan Persyarikatan Takaful Indonesia pada tahun 1994.

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Dalam Undang-Undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-Undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah. Akan tetapi dengan semakin pesatnya perkembangan perbankan syariah, maka diperlukan lagi pengaturan mengenai ini melalui Undang-Undang. Undang-Undang yang dimaksud telah disahkan dan diundangkan yakni Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

²⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 25.

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia juga tidak terlepas dari beberapa faktor pendorong. Secara sederhana, faktor-faktor itu dikelompokkan menjadi faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah penyebab yang datang dari luar negeri, berupa perkembangan ekonomi syariah di negara-negara lain. Kesadaran ini kemudian 'mewabah' ke negara-negara lain dan akhirnya sampai ke Indonesia. Sedangkan faktor internal adalah kenyataan bahwa Indonesia ditakdirkan menjadi negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia. Fakta ini menimbulkan kesadaran di sebagian cendekiawan dan praktisi ekonomi tentang perlunya suatu ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dijalankan oleh masyarakat Muslim di Indonesia.

Sistem bagi hasil yang sudah diterapkan oleh bank dan tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan al-Hadits. Dan juga bank syari'ah berdasarkan pada prinsip profit *and loss sharing* (bagi untung dan bagi rugi). Di mana bank syari'ah tidak membebankan bunga, melainkan mengajak partisipasi dalam bidang usaha yang didanai. Para deposan juga sama-sama mendapat bagian dari keuntungan bank sesuai dengan rasio yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian ada kemitraan antara bank syari'ah dengan para deposan di satu pihak dan antara bank dengan para nasabah investasi sebagai pengelola sumber dana para deposan dalam berbagai usaha produktif di pihak lain.

3. Halal Lifestyle

a. Pengertian Halal Lifestyle

Halal memiliki arti membebaskan, melepaskan, atau menguraikan. Dan secara etimologis halal ialah segala sesuatu hal yang tidak memiliki keterikatan

atas aturan-aturan yang melarangnya dengan demikian hal tersebut boleh dilakukan. Adapun dalam Ensiklopedia Hukum Islam, kata halal mempunyai tiga makna: pertama, halal adalah segala sesuatu hal yang bila digunakan tidak akan menimbulkan hukuman. Kedua, sesuatu hal yang dibenarkan oleh syariat sehingga mendapat izin untuk melakukan hal tersebut. Ketiga, kata halal dapat diartikan sebagai sesuatu yang boleh.

Halal *lifestyle* merupakan gaya hidup manusia atau pola dalam kehidupan manusia yang mengacu pada hal-hal atau perilaku yang sesuai dengan prinsip, nilai, standar, yang secara hukum agama Islam diperbolehkan.³⁰ Sehingga dengan gaya hidup halal ini seorang muslim dalam menentukan suatu produk atau menggunakan layanan yang sesuai dengan hukum serta norma dalam Islam. Selain itu di dalam halal *lifestyle* terdapat unsur kesehatan, keselamatan, keamanan, kemakmuran, dan juga martabat manusia. Istilah halal lifestyle ini pun tidak bertujuan untuk melakukan pembatasan atau pemaksaan. Akan tetapi istilah ini digunakan untuk mengenalkan kembali nilai-nilai ajaran Islam yang rahmatan lil'alam.³¹

Menurut Muslim Judicial Halaal Trust (MJTH) sebuah organisasi yang memiliki otoritas yang sah terkait sertifikasi halal, mengatakan seseorang yang merefleksikan halal *lifestyle* dalam kehidupannya akan menyadari bahwa dengan halal akan menambah nilai dalam kehidupan manusia. Halal *lifestyle* ini akan mudah dilakukan oleh seseorang. Ketika seseorang tersebut melakukan apa yang

³⁰ (KNEKS), K. N. E. dan K. S. (n.d.). *Gaya Hidup Halal untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia*.

³¹ Adinugraha, H. H. "Halal Lifestyle di Indonesia. An-Nisbah" Jurnal Ekonomi Syariah, 2019. h. 57–81.

dapat dilakukan, melakukan sesuai dengan kemampuan dan melakukan secara benar, dan dendengan kejujuran, integritas, martabat, keadilan, dan juga kesederhanaan.³²

Halal *lifestyle* menjadi sarana umat muslim untuk memelihara diri, jiwa, serta mendekatkan diri kepada Allah Swt. sebagai aktualisasi keimanan kepada Allah Swt., selain itu agar doa tidak terhalang karena doa merupakan senjata umat muslim, mencegah dari siksa api neraka, mencegah timbulnya berbagai macam penyakit, serta tidak mengikuti langkah-langkah setan yang merupakan musuh nyata manusia.³³

Adapun yang menjadi cakupan dalam halal *lifestyle* adalah halal keangan, halal makanan dan minuman, dan halal koametik. Penentuan kategori dari skor dilakukan dengan menggunakan kriteria presentase sebagai berikut:

Nilai A adalah dari 80%-100% kategori paling tinggi

Nilai B adalah dari 65%-79% kategori tinggi

Nilai C adalah dari 55%-64% kategori sedang

Nilai D adalah dari 45%-54% kategori rendah

Nilai E adalah dari 0%-44% kategori sangat rendah³⁴

³²Trust, M.J.C.H.(n.d.). *Living a Halal Lifestyle*. <https://mjchalaaltrust.co.za/education/overview-of-halal-lifestyle/>

³³Adinugraha, H. H. "Halal Lifestyle di Indonesia. An-Nisbah" Jurnal Ekonomi Syariah, 2019. h. 57–81.

³⁴ Sutrisno badri, metode statiska untuk penelitian kuantitatif, (Yogyakarta : penerbit ombak 2012), h 65.

1) Halal keuangan

Keuangan halal atau halal keuangan menjadi salah satu hal penting dalam halal *lifestyle* di mana dalam kehidupan manusia tidak pernah terlepas dari kegiatan muamalah khususnya kegiatan ekonomi namun yang harus dipastikan bahwa kegiatan ekonomi tersebut tidak melanggar nilai-nilai syariat. Hal ini karena sudah menjadi kewajiban sebagai seorang muslim dalam menjalankan segala aktivitas kehidupan harus berlandaskan alQur'an, sunnah, dan ijma ulama. Pada dasarnya segala urusan muamalah boleh dilakukan kecuali yang telah diharamkan.³⁵

Indonesia memiliki lembaga-lembaga keuangan yang menerapkan nilai-nilai syariah, baik lembaga bank maupun lembaga bukan bank. Adapun yang membedakan lembaga keuangan syariah dengan lembaga konvensional yakni dari sistem yang diterapkan, dimana pada lembaga keuangan syariah menerapkan sistem berdasarkan prinsip syariah, yang dimaksud prinsip syariah adalah prinsip yang bersumber dari hukum Islam berdasarkan fatwa dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, dan setiap fatwa yang dikeluarkan harus diikuti oleh setiap lembaga keuangan syariah di Indonesia. Sedangkan lembaga konvensional dalam sistem operasionalnya berdiri sendiri dan bebas dari nilai-nilai agama.³⁶

³⁵ Nasrullah, F. S. & A. "Eksplorasi peran perbankan syariah dalam memajukan industri halal di sektor makanan halal. *Wahana Islamika*" Jurnal Studi Keislaman, 2019. h. 32–48.

³⁶ Isti, A. 5 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional, Kenali Prinsip dan Karakteristiknya. (2020)..

2) Halal makanan dan minuman

Halal makanan dan minuman adalah makanan yang diperuntukan bagi manusia yang menginginkan menjadi saleh secara pribadi dan saleh secara sosial. Hal ini karena makanan akan memberikan kontribusi pada setiap individu yang memakannya.³⁷ Menurut Imam al-Ghazali makanan diibaratkan pondasi dalam sebuah bangunan, jika fondasi itu kuat dan kokoh maka bangunan tersebut akan menjadi bangunan yang kuat dan kokoh, namun sebaliknya jika fondasi itu lemah maka bangunan itu akan lemah. Untuk itu Islam mengatur seorang muslim harus memakan, makanan yang halal serta (baik) *thayyib*.

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat saat ini membuat banyak perubahan dalam proses pembuatan makanan itu sendiri, salah satunya terlihat dari bahan dasar, serta bahan campuran yang digunakan. Sebagai contoh, jika dahulu untuk membuat roti hanya cukup menggunakan bahan dasar yakni terigu, ragi dan air. Akan tetapi saat ini bahan-bahan dasar tersebut tidak cukup, maka perlu adanya bahan tambahan lainnya yang disebut dengan istilah bahan tambahan makanan seperti *shortening* (mentega putih), perisa, anti caking agen, namun di antara bahan-bahan tersebut terdapat kandungan zat yang haram, sebagai contoh pada mentega putih yang di dalamnya mengandung lemak babi, tentu dengan adanya lemak babi ini membuat mentega putih menjadi haram dan roti yang dibuat dari mentega putih ini pun berstatus haram.³⁸

³⁷ Waharjani. *Makanan yang Halal lagi Baik dan Implikasinya Terhadap Kesalehan Seseorang*. 2015. 4, h. 193–204.

³⁸ Apriyantono, A. (n.d.). *Masalah Halal: Kaitan Antara Syar'i, Teknologi dan Sertifikasi*. <https://pagihp.tripod.com/hal2.htm>

3) Halal kosmetik

Kosmetika adalah bahan atau campuran bahan yang digosokan, dituangkan, dilekatkan, disemprotkan, dimasukan, dipergunakan pada tubuh manusia yang bertujuan untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik, serta mengubah rupa dan kosmetika ini tidak dikategorikan sebagai obat. Adapun zat yang digunakan dalam kosmetika tidak boleh membahayakan tubuh manusia secara keseluruhan.³⁹

Sebagai umat muslim sudah seharusnya memperhatikan terkait kosmetik yang digunakan, hal ini dikarenakan kosmetik memiliki titik kritis kehalalan. Terdapat dua hal yang menjadi titik kritis dalam kosmetik yang pertama dari bahan yang digunakan. Jika bahan yang digunakan adalah tumbuhan hal ini tetap perlu dikritisi karena untuk menjadi produk kosmetik bahan yang berasal dari tumbuhan ditambahkan dengan bahan penolong, sehingga dengan demikian perlu diperhatikan apakah bahan penolong tersebut halal atau tidak.

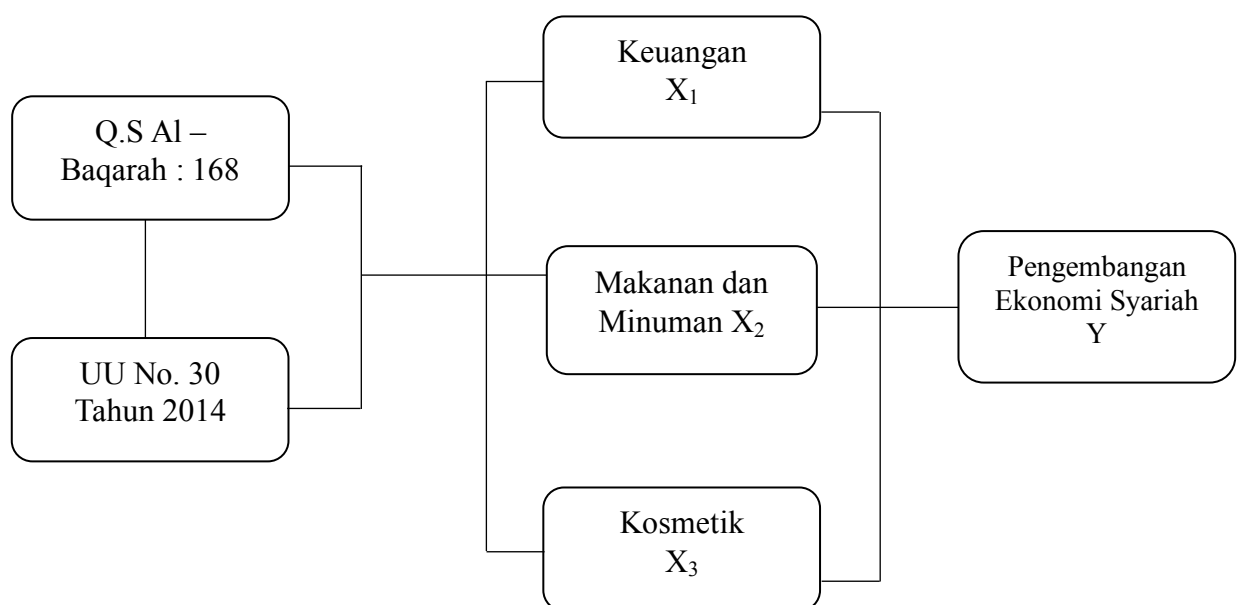
Selain itu bahan pembuatan kosmetik juga dapat berasal dari hewan, seperti kolagen. Kolagen adalah produk hewani yang berasal dari sapi, ikan, dan juga babi. Titik kritis kedua yakni pada sisi tembus airnya, terdapat banyak kosmetik yang menawarkan produknya sebagai produk yang anti air, hal ini bertujuan agar kosmetik tersebut dapat bertahan lama. Namun, untuk umat

³⁹ Muchtaridi, *Kosmetika Halal atau Haram serta Sertifikasinya*. (Majalah Farmasetika, 2017). h. 12–15.

muslim hal ini akan menjadi permasalahan karena membuat tertutupnya anggota tubuh dari air, sehingga membuat seseorang yang berwudhu menjadi tidak sah.⁴⁰.

C. Kerangka berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu konsep pola pemikiran dalam rangka memberi jawaban sementara terhadap permasalahan yang diteliti. Peneliti akan melakukan penelitian mengenai “Tren halal *lifestyle* sebagai potensi pengembangan ekonomi”. Dengan ini kerangkaberpikirnya dapat mengembangkan Ekonomi Syariah melalui Tren Halal *Lifestyle* diuraikan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 kerangka pikir

Berdasarkan kerangka berpikir diatas terdapat tiga variabel yang terdiri dari variabel X₁, X₂, dan X₃, sebagai variabel *independen* yaitu mempengaruhi

⁴⁰LPPOM.MUI.*ApaSajaTitikKritisKehalalanKosmetika*.<https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/apa-saja-titik-kritiskehalalan-kosmetika>.

munculya variabel Y sebagai variabel *dependen* merupakan variabel yang timbul akibat adanya variabel terikat.⁴¹

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.39.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian yang berkaitan dengan angka – angka dan dapat diukur untuk melihat pengaruh variable independen terhadap variabel dependen berdasarkan data yang ada dan disertai dengan suatu analisa atau gambaran mengenai situasi atau kejadian yang ada.⁴²

2. Lokasi penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Universitas Muhammadiyah parepare, dan waktu penelitian pada bulan Januari – Februari, Tahun 2024.

B. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka dan statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian serta menguji hipotesis.⁴³

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan yang bersifat deskriptif. Pendekatan penelitian ini digunakan kerana peneliti ingin mendiskripsikannya dalam tren halal *lifestyle* sebagai potensi pengembangan ekonomi syariah terhadap Universitas Muhammadiyah Parepare.

⁴²Syofiyah Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif. Dilengkapi dengan Perbandinganmanual & SPSS*, (Jakarta : Kencana, 2017), h.7

⁴³Lismawati, dkk. *buku ajar metodologi penelitian*, Cet. I; (Jambi, 2023), h.5.

C. Sumber Data

Pada penelitian ini dipergunakan dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder, penjelasannya sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi sasaran penelitian. Data tersebut dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Adapun kuesioner ini yaitu, Memuat profil responden yang terjadi pada Mahasiswa Mengukur variabel independen dan dependen dengan pernyataan.

2. Data sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang di kumpulkan dari sumber yang telah ada. Penelitian ini menggunakan beberapa jenis data sekunder untuk membantu penejaman permasalahan dan penyusunan hipotesis yaitu:

- a. Jurnal – jurnal ilmiah
- b. Buku literatul yang berhubungan dengan permasalahan dan bidang penelitian.
- c. Internet research, untuk gambaran umum perusahaan.

D. Populai dan sampel

1. Populasi

populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.⁴⁴ Populasi adalah suatu himpunan dengan sifat-sifat yang di tentukan oleh peneliti sedemikian

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *peosedur penelitian*, (jakarta:rineka cipta,2010), h. 173

rupa sehingga setiap individu/variabel/data dapat dinyatakan dengan tepat apakah individu tersebut menjadi anggota atau tidak.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan maka calon peneliti mengambil populasi dari keseluruhan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare.

Tabel 3. 1 Populasi

No.	FAKULTAS	POPULASI
1.	FAI	220
2.	FKIP	200
3.	FIKES	391
4.	TEKNIK	895
5.	EKONOMI	460
6.	FAPETRIK	340
7.	HUKUM	150
JUMLAH		2656

Data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah populasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare. Maka dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare.

2. Sampel

Sampel adalah wakil dari populasi yang diteliti.⁴⁵ Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan

⁴⁵Kadir, *statistika terapan*, Depok:PT. Rajagrafindo, 2015. h.118

kesempatan ataupun peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan cara pengambilannya menggunakan simple random sampling.

Adapun teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi itu menggunakan teknik slovin, dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = sample

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (*error level* atau tingkat kesalahan umumnya digunakan 1% atau 0.01, 5% atau 0.05, dan 10% atau 0.1 yang dapat dipilih oleh peneliti) pada penelitian ini, penelitian akan menentukan ukuran sampel dari suatu populasi menggunakan teknik slovin dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 5% maka diperoleh

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{2.656}{1 + 2.656 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{2.656}{1 + 2.656 (0.01)}$$

$$n = \frac{2.656}{1 + 27,56}$$

$$n = \frac{2.656}{27,56}$$

$n = 96,37$ dibulatkan menjadi 100.

Sehingga dari 2.656 populasi dengan tingkat kesalahan 10% didapatkan 100 Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare yang akan menjadi sampel penelitian ini, dan di tentukan dengan menggunakan teknik sampel random sampling. Adapun rincian sampel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Sampel

No.	FAKULTAS	SAMPEL
1.	FAI	10
2.	FKIP	5
3.	FIKES	15
4.	TEKNIK	40
5.	EKONOMI	10
6.	FAPETRIK	15
7.	HUKUM	5
JUMLAH		100

E. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.⁴⁶ Alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner).

⁴⁶Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017),h. 46.

1. Angket /kuesioner

Merupakan daftar- daftar pertanyaan ataupun pernyataan yang diberikan oleh peneliti dalam bentuk tulisan kepada responden yang bersedia menjawab atau merespon pertanyaan yang diberikan oleh peneliti sesuai dengan informasi yang dibutuhkan.⁴⁷Tujuan pembuatan kuesioner yaitu untuk memperoleh informasi yang relevan dan sesuai dengan survei guna memperoleh *validitas* dan *reliabilitas* seakurat mungkin, dan tentunya pertanyaan yang diajukan sesuai dengan hipotesis dan tujuan penelitian.

Tabel 3. 3 Instrument penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Halal <i>lifestyle</i>	a. Gaya hidup hemat b. Gaya hidup sederhana c. Gaya hidup sesuai dengan kebutuhan d. Ketaatan e. Tidak berlebih – lebihan f. Pengalaman g. Motif h. Persepsi	Likert

⁴⁷ Suryani & Hendryani, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group,2018), h.173

Pengembangan Ekonomi Syariah	a. Melibatkan pemantauan tingkat kepatuhan terhadap prinsip – prinsip ekonomi syariah b. Pertumbuhan keuangan islam c. Partisipasi masyarakat dalam produk d. Layanan keuangan yang berbaris syariah	Likert
---------------------------------	---	--------

F. Prosedur pengumpulan data

1. Angket/Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis yang dibutuhkan dalam penelitian. Dokumen dapat berupa catatan, buku teks, jurnal, makalah, surat, notulen rapat dan sebagainya. Dokumen dapat diartikan juga sebagai catatan peristiwa penting yang sudah terjadi.⁴⁸ Adapun tujuan dari dokumentasi pada penelitian ini untuk mendapatkan foto-foto dan data-data yang berbentuk dokumentasi.

⁴⁸ Djamal, *Paradigm Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), h.86.

G. Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik korelasi parsial yang digunakan untuk menganalisis apabila peneliti ingin mengetahui pengaruh atau hubungan dari variabel independen dan variabel dependen, dimana salah satu variabelnya dibuat tetap atau dikendalikan.⁴⁹

Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Deskriptif

Uji Deskriptif merupakan suatu teknik analisis data yang dikumpulkan, disusun, kemudian diinterpretasikan untuk dianalisa sehingga bisa memberikan keterangan lengkap terkait pemecahan masalah yang sedang diteliti. Uji deskriptif ini merupakan salah satu cara dalam merumuskan data yang ada sehingga dapat memberikan kejelasan terkait gambaran pengumpulan data, penyusunan data, dan penganalisisan data untuk bisa diketahui dengan jelas gambaran keadaan objek yang diteliti.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas gunakan untuk menguji kevalidan kuesioner dimana dapat menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur yang digunakan.⁵⁰ Pengujian dilakukan dengan taraf signifikansi sebesar 5% menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

(1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a dinyatakan valid

(2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a dinyatakan tidak valid.

⁴⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 235.

⁵⁰ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana, 2017), h. 46.

b. Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil dari pengukuran tetap konsisten dan dapat dipercaya jika pengukuran tersebut diulang.⁵¹ Apabila butir pertanyaan sudah dinyatakan valid dalam uji validitas maka reliabilitasnya dinyatakan sebagai berikut:

(1) Jika $r_{\alpha} \geq r_{\text{tabel}}$, maka dianggap reliabel

(2) Jika $r_{\alpha} \leq r_{\text{tabel}}$, maka dianggap tidak reliabel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Uji T dan F mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji normalitas Kolmogorov - Smirnov dilakukan dengan SPSS Versi 23.⁵²

d. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda sebenarnya sama dengan analisis regresi linear sederhana, hanya variabel bebasnya lebih dari satu buah. Persamaan umumnya adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n.$$

Dengan Y adalah variabel bebas, dan X adalah variabel-variabel bebas, adalah konstanta (intersept) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas.

⁵¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 130.

⁵² Janie, D.N.A. *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang University Press, Semarang (2012).

Interpretasi terhadap persamaan juga relatif sama, sebagai ilustrasi, pengaruh antara motivasi (X1), kompensasi (X2) dan kepemimpinan (X3) terhadap kepuasan kerja (Y) menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,235 + 0,21 X1 + 0,32 X2 + 0,12 X3$$

Jika variabel motivasi meningkat dengan asumsi variabel kompensasi dan kepemimpinan tetap, maka kepuasan kerja juga akan meningkat. Jika variabel kompensasi meningkat, dengan asumsi variabel motivasi dan kepemimpinan tetap, maka kepuasan kerja juga akan meningkat.

Jika variabel kepemimpinan meningkat, dengan asumsi variabel motivasi dan kompensasi tetap, maka kepuasan kerja juga akan meningkat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Sejarah universitas Muhammadiyah parepare

Universitas Muhammadiyah Parepare (UMPAR) secara resmi berdiri pada tanggal 10 Mei 1999 bertepatan dengan tanggal 24 Muharram 1420 H berdasarkan Surat Keputusan Mendikbud RI Nomor 86/D/O/1999 tanggal 10 Mei 1999, sebagai perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Muhammadiyah Parepare.

UMPAR dalam usia 22 tahun telah menapaki dua fase yaitu; fase perintisan, dan fase pengembangan. Fase perintisan ditandai dengan usaha peralihan dari Sekolah Tingi menjadi Unversitas. Sekolah Tinggi yakni STKIP Muhammadiyah Parepare pada saat itu membina tiga program studi, yakni program studi Pendidikan Matematika, Pendidikan Bahasa Inggris dan Pendidikan Luar Sekolah (PLS). Usaha perubahan bentuk menjadi Universitas yang diprakarsai oleh Drs. Said Amir Anjala, MM sekaligus sebagai Rektor Pertama.

Sampai saat ini UMPAR telah membina 7 Fakultas diantaranya: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikn (FKIP), Fakultas Ekonomi & Bisnis (FEB), Fakultas Teknik (FAKTEK), dan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan (FAPETRIK), Fakultas Ilmu Kesehatan (FIKES) dan Fakultas Agama Islam (FAI) serta Fakultas Hukum dan 1 (Satu) Program Pascasarjana.

Masing-masing Fakultas membina Program Studi, meliputi: Pendidikan Matematika, Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Non Formal, Pendidikan Biologi dan Program Pendidikan Guru (PPG) untuk FKIP, Studi Pembangunan, Akuntansi, prodi Manajemen untuk FEB, Teknik Sipil, Teknik Elektro, Teknik Informatika dan Perencanaan Wilayah Kota (PWK) untuk FAPETRIK, Agribisnis, Agroteknologi, Budidaya Perairan dan Nutrisi Makanan Ternak untuk FAPETRIK, AKK dan Epidemiologi dan Gizi untuk FIKES, Pendidikan Agama Islam, Bimbingan penyuluhan Islam, dan Perbankan Syariah untuk FAI. Ilmu Hukum untuk HUKUM. Untuk Program Pascasarjana (2007) membina Program Studi, diantaranya Program Studi Agribisnis, Pendidikan Bahasa Inggris dan Pendidikan Agama Islam, sementara untuk Program Doktor yakni Program Studi Pendidikan Agama Islam.

Penyelenggara pendidikan di UMPAR tidak lepas daripada visi, misi, dan tujuan rencana kebijakan pengembangan yang tertuang dalam RENSTRA UMPAR, terutama pada bidang akademik, sumberdaya dan mutu. Hingga saat ini UMPAR telah mengalami 5 kali pergantian Rektor dan Saat ini (2020-2024) UMPAR dipimpin oleh Dr. H.M. Nasir S, M.Pd, (Rektor), Asram AT. Jadda, S.H.I., M.Hum (Wakil Rektor I), Arham, S.E., M.Ak (Wakil Rektor II). Hamsyah, S.T., M.T (Wakil Rektor III). Muhammad Nur Maallah, S.Ag., M.A. (Wakil Rektor IV).

Selanjutnya pada tahap pengembangan. (2023-2024) dibawah kepemimpinan (rektor) Prof.Dr.H Jamaluddin Ahma,S.Sos.M.Si. Dr. Sriyanti Mustafah, M.pd (wakil rektor I), Dr. Nurhapsah, S.P., M.Si (Wakil Rektor II),

Asram AT. Jadda, S.H.I., M.Hum (Wakil Rektor III), Muhammad Nur Maallah, S.Ag., M.A. (Wakil Rektor IV), Hamsyah, S.T., M.T (Wakil Rektor V).

Universitas Muhammadiyah Parepare Terakreditasi Institusi B

Bagan Struktur Universitas Muhammadiyah Parepare sebagai berikut:

Gambar 4. 1 Bagan Struktur Universitas Muhammadiyah Parepare



B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden yang peneliti temui pada saat penelitian berlangsung. Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi semester dan fakultas responden. Pengetahuan mengenai karakteristik mahasiswa terhadap tren halal lifestyle sebagai potensi pengembangan ekonomi Syariah, maka disajikan karakteristik responden dalam bentuk tabel berikut:

1. Semester

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang di ambil sebagai sampel, terdiri dari beberapa semester dengan proporsi sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Semester

No	Semester	Frekuensi	Presentasi %
1.	1	3	3%
2.	3	9	9%
3.	5	20	20%
4.	7	63	63%
5.	9	3	3%
6.	11	2	2%

Berdasarkan tabel diatas yaitu deskripsi identitas responden yang semester 1 (1%), semester 3 (3%), semester 5 (20%), semester 7 (63%), semester 9 (3%), semester 11 (2%). Angket tersebut menggambarkan bahwa tren halal lifestyle dan pengembangan ekonomi Syariah di universitas Muhammadiyah parepare di dominasi semester 7.

2. Fakultas

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang di ambil sebagai sampel, terdiri dari beberapa semester dengan proporsi sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Frekuensi	persentase
1	FAI	20	20%
2	FKIP	6	6%
3	FIKES	10	10%

No	Fakultas	Frekuensi	persentase
4	TEKNIK	40	40%
5	EKONOMI	11	11%
6	FAPETRIK	6	6%
7	HUKUM	7	7%

Berdasarkan tabel diatas yaitu deskripsi identitas responden yang fakultas FAI (20%), fakultas FKIP (6%), fakultas FIKES (10%), fakultas TENKIN (40%), fakultas EKONOMI (11%), fakultas FAPETRIK (6%) fakultas HUKUM (7%). Angket tersebut menggambarkan bahwa tren halal lifestyle dan pengembangan ekonomi Syariah di universitas Muhammadiyah parepare di dominasi fakultas TEKNIK.

C. Hasil penelitian

Deskripsi data yang disajikan dalam bagian ini meliputi data variabel keuangan (X_1), Makanan dan Minuman (X_2), kosmetik (X_3) dan Pengembangan Ekonomi Syariah (Y). Nilai-nilai yang akan disajikan setelah diolah dari data mentah dengan menggunakan Teknik analisis deskriptif, yaitu nilai rata-rata, median, modus, dan simpangan baku. Untuk memperoleh melalui penelitian ini dikemukakan pula distribusi frekuensi .

1. Faktor apa yang menjadi hambatan Mahasiswa dalam menerapkan halal *lifestyle*?

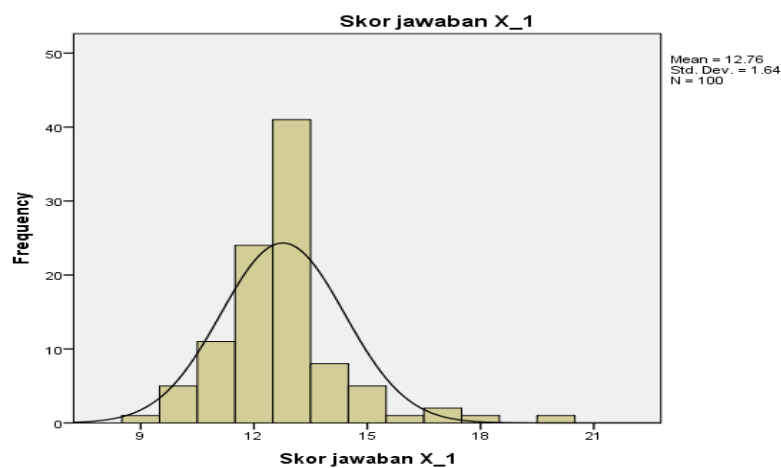
a. Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor variabel finansial berada antara 9 sampai dengan 20, nilai rata-rata sebesar 12.76, median 13.00, mode 13, variance 2.689, dan standar deviation 1.640. \

Tabel 4. 2 distribusi frekuensi skor variabel keuangan

Tingkat keuangan	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	4	4%
Sedang	55	55%
Renda	41	41%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.7 distribusi frekuensi skor variabel keuangan dari 100 responden yang terpilih menjadi responden dengan tingkat keuangan tinggi sebanyak 4%, responden dengan tingkat keuangan sedang 55%, dan tingkat keuangan renda 41%.



Gambar 4. 2 histogram variabel X_1 (keuangan)

Berdasarkan data yang terlihat pada tabel distribusi frekuensi diatas, jika di bandingkan dengan nilai rata-rata menunjukkan bahwa skor finansial dibawa kelompok rata-rata sebanyak 17 reponden (17.0%), yang berada pada skor rata-rata adalah sebanyak 24 responden (24.0%), dan berada pada kelompok d atas nilai rata-rata sebanyak 59 responden atau (59.0%).

Skor total variabel finansial yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 1276, skor teriotik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $5 \times 4 = 20$, karena jumlah responden 100 orang maka skor ktiterium adalah $20 \times 100 = 2.000$. dengan demikian, finansial adalah $1276 : 2.000 = 0,638$ atau 63,80% dari kriterium yang di tetapkan jadi, dapat disimpulkan bahwa finansial termasuk kategori sedang.

Berdasarkan ukuran diatas dapat di simpulkan bahwa finansial termasuk kategori sedang, hal ini sesuai dengan hasil pengamatan dilapangan menunjukkan bahwa dari 100 orang yang menjadi sampel terhadap finansial termasuk kategori sedang.

b. Makan dan minuman

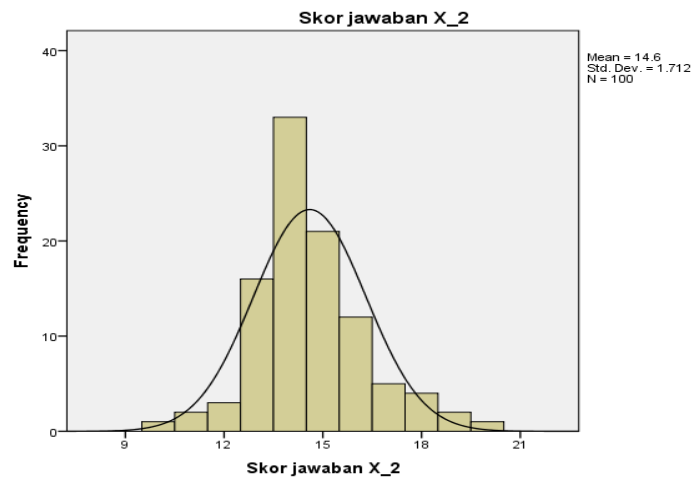
Hasil penelitian menujukkan bahwa skor variabel makanan dan minuman berada antara 10 sampai dengan 20 nilai rata-rata sebesar 14.60, median 14.00, mode 14, variance 2.929. dan standar deviation 1.712.

Tabel 4. 3 distribusi frekuensi skor variabel makanan dan minuman.

Tingkat makanan dan minuman	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	7	7%
Sedang	71	71%
Renda	22	22%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.8 distribusi frekuensi skor variabel makanan dan minuman dari 100 responden yang terpilih menjadi responden dengan tingkat makanan dan minuman tinggi sebanyak 7%, responden dengan

tingkat makanan dan minuman sedang 71%, dan tingkat makanan dan minuman rendah 22%.



Gambar 4. 3 histogram variabel X_2 (makanan dan minuman)

Berdasarkan data yang terlihat pada tabel distribusi frekuensi diatas, jika di bandingkan dengan nilai rata-rata menunjukkan bahwa skor makanan dan minuman dibawa kelompok rata-rata sebanyak 22 responden (22.0%), yang berada pada skor rata-rata adalah sebanyak 33 responden (33.0%), dan berada pada kelompok d atas nilai rata-rata sebanyak 45 responden atau (45.0%).

Skor total variabel makanan dan minuman yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 1460, skor teriotik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $5 \times 4 = 20$, karena jumlah responden 100 orang maka skor ktiterium adalah $20 \times 100 = 2.000$. dengan demikian, makanan dan minuman adalah $1460 : 2.000 = 0,73$ atau 73% dari kriteria yang di tetapkan jadi, dapat disimpulkan bahwa makanan dan minuman termasuk kategori tinggi.

Berdasarkan ukuran diatas dapat di simpulkan bahwa makanan dan minuman termasuk kategori tinggi, hal ini sesuai dengan hasil pengamatan dilapangan menunjukkan bahwa dari 100 orang yang menjadi sampel terhadap makanan dan minuman termasuk kategori tinggi.

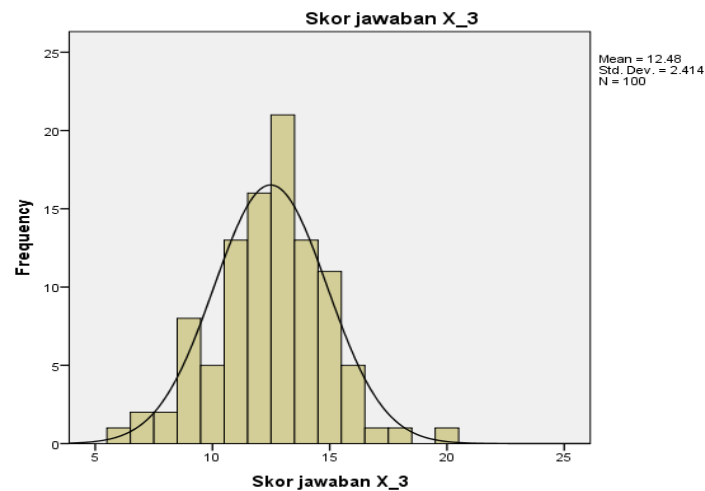
c. Kosmetik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor variabel kosmetik berada antara 6 sampai dengan 20 nilai rata-rata sebesar 12.48, median 13.00, mode 13, variance 5.828. dan standar deviation 2.414.

Tabel 4. 4 distribusi frekuensi skor variabel kosmetik.

Tingkat kosmetik	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	8	8%
Sedang	74	74%
Renda	18	18%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.9 distribusi frekuensi skor variabel kosmetik dari 100 responden yang terpilih menjadi responden dengan tingkat kosmetik tinggi sebanyak 8%, responden dengan tingkat kosmetik sedang 74%, dan tingkat kosmetik renda 18%.



Gambar 4. 4 histogram variabel X_3 (kosmetik)

Berdasarkan data yang terlihat pada tabel distribusi frekuensi diatas, jika di bandingkan dengan nilai rata-rata menunjukkan bahwa skor kosmetik dibawa kelompok rata-rata sebanyak 31 reponden (31.0%), yang berada pada skor rata-rata adalah sebanyak 16 responden (16.0%), dan berada pada kelompok d atas nilai rata-rata sebanyak 69 responden atau (69.0%).

Skor total variabel kosmetik yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 1248, skor teriotik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $5 \times 4 = 20$, karena jumlah responden 100 orang maka skor ktiterium adalah $20 \times 100 = 2.000$. dengan demikian, kosmetik adalah $1248 : 2.000 = 0,624$ atau 62,40% dari kriteriaum yang di tetapkan jadi, dapat disimpulkan bahwa cosmetic termasuk kategori sedang.

Berdasarkan ukuran diatas dapat di simpulkan bahwa kosmetik termasuk kategori sedang, hal ini sesuai dengan hasil pengamatan

dilapangan menunjukkan bahwa dari 100 orang yang menjadi sampel terhadap kosmetik termasuk kategori sedang.

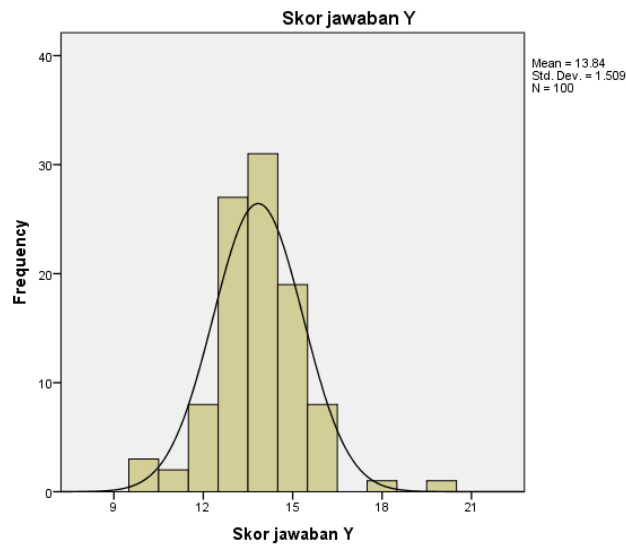
d. Pengembangan Ekonomi Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor variabel pengembangan ekonomi Syariah berada antara 10 sampai dengan 20, nilai rata-rata sebesar 13,84, median 14,00, modus 14, variansi 2.277, dan standar deviansi 1.509.

Tabel 4. 5 distribusi frekuensi skor variabel kosmetik.

Tingkat pengembangan ekonimi Syariah	Frekuensi	Presentase (%)
Tinggi	10	10%
Sedang	77	77%
Renda	13	13%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.10 distribusi frekuensi skor variable pengembangan ekonomi Syariah dari 100 responden yang terpilih menjadi responden dengan tingkat pengembangan ekonomi Syariah tinggi sebanyak 10%, responden dengan tingkat pengembangan ekonomi Syariah sedang 77%, dan tingkat pengembangan ekonomi Syariah renda 13%.



Gambar 4. 5 histogram variabel Y (pengembangan ekonomi syariah)

Berdasarkan data yang terlihat pada tabel distribusi frekuensi diatas, jika di bandingkan dengan nilai rata-rata menunjukkan bahwa skor pengembangan ekonomi syariah dibawa kelompok rata-rata sebanyak 13 responden (13.0%), yang berada pada skor rata-rata adalah sebanyak 27 responden (27.0%), dan berada pada kelompok d atas nilai rata-rata sebanyak 60 responden atau (60.0%).

Skor total variabel pengembangan ekonomi syariah yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 1384, skor teriotik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $5 \times 4 = 20$, karena jumlah responden 100 orang maka skor ktiterium adalah $20 \times 100 = 2.000$. dengan demikian, pengembangan ekonomi syariah adalah $1384 : 2.000 = 0,692$ atau 69,20% dari kriteriaum yang di tetapkan jadi, dapat disimpulkan bahwa pengembangan ekonomi syariah termasuk kategori tinggi.

Berdasarkan ukuran diatas dapat di simpulkan bahwa pengembangan ekonomi syariah termasuk kategori tinggi, hal ini sesuai dengan hasil pengamatan dilapangan menunjukkan bahwa dari 100 orang yang menjadi sampel terhadap pengembangan ekonomi syariah termasuk kategori tinggi.

D. Hasil Analisis

1. Uji validitas Dan Uji Reliabilitas Data

Pengujian validitas setiap butir pertanyaan atau pernyataan digunakan dengan menganalisis item, yaitu mengkolelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Dalam hal ini penelitian menggunakan program SPSS versi 23 untuk menguji validitas tiap item. Uji validitas data variabel keuangan, makanan dan minuman, kosmetik, dan pengembangan ekonomi Syariah, dimana ia memiliki ketentuan jika r_{α} lebih besar dari r_{tabel} maka item pernyataan yang dinyatakan valid pada tingkat signivikan $\alpha = 5\%$. Hasil data yang saya gunakan valid karna r_{α} lebih besar dari $r_{tabel}=0,1946$.

Setelah mengetahui hasil validitas empat variabel, maka di lanjutkan dengan uji reliabilitas data, yang dilakulan dengan menggunakan SPSS versi 2.3 sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Reliabilitas variabel X_1 (finansial)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.370	5

Berdasarkan tabel 4.11 diatas bahwa r_α lebih besar dari r_{tabel} yaitu $r_\alpha = 0,370$ lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1946$ maka data variabel X1 dinyatakan valid..

Tabel 4. 7 Reliabilitas variabel X_2 (makanan dan minuman)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.422	5

Berdasarkan tabel 4.12 diatas bahwa r_α lebih besar dari r_{tabel} yaitu $r_\alpha = 0,422$ lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1946$ maka data variabel X2 dinyatakan valid..

Tabel 4. 8 Reliabilitas variabel X_3 (cosmetik)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.663	5

Berdasarkan tabel 4.13 diatas bahwa r_α lebih besar dari r_{tabel} yaitu $r_\alpha = 0,663$ lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1946$ maka data variabel X3 dinyatakan valid..

Tabel 4. 9 Reliabilitas variabel Y (Pengembangan ekonomi syariah)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.313	5

Berdasarkan tabel 4.14 diatas bahwa r_α lebih besar dari r_{tabel} yaitu $r_\alpha = 0,313$ lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1946$ maka data variabel Y dinyatakan valid..

2. Uji normalitas data

Analisis statistic yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah Teknik analisi slovin. Sebelum menganalisis data yang diperoleh, data harus memenuhi persyaratan uji analisis yag digunakan. Analisis kolerasi mensyaratkan data harus berdistribusi normal. Untuk itu, data perlu di uji normalitas. Penulis menggunakan program SPSS versi 2.3 dengan rumus one-sample Kolmogorov-smimov test sebagai berikut:

Tabel 4. 10 sample Kolmogorov-smimov test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38469578
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.069
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

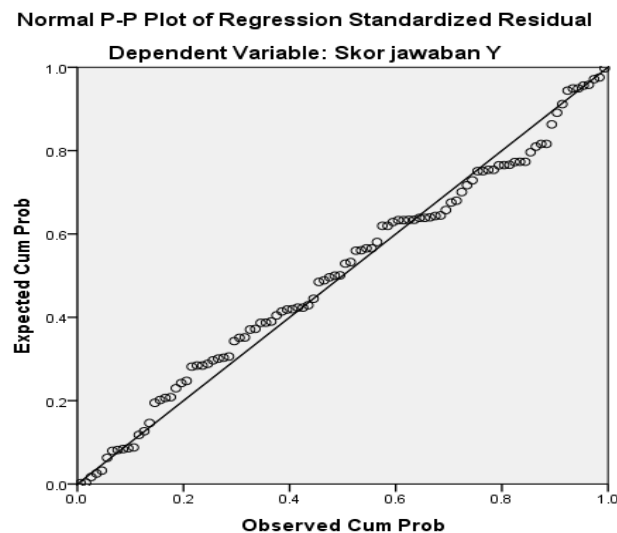
Ho : distribusi frekuensi berasal dri populasi yang berdistribusi normal

Ha : distriusi frekuensi bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Karena nilai sig. 0,200 > 0,05 maka ho diterima, hal ini berarti bahwa distribusi frekuensi taksiran berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Berdasarkan grafik histogram ternyata membentuk lengkung

kurva normal, maka residual dinyatakan normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

Dapat dilihat Digambar berdasarkan output “chart” dibawah, kita dapat melihat bahwa titik – titik plotting yang terdapat pada gambar Normal P-P plot og Regression Standardized Residual selalu mengikuti dan mendekati garis diagonalnya. Oleh, karena itu, sebagaimana dasar atau pedoman pengambilan keputusan dalam uji normalitas Teknik probability plot dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Dengan demikian maka asumsi normalitas untuk nilai residual dalam analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat terpenuhi.



Gambar 4. 6 output “chart”

3. Uji Regresi linear berganda

Analisis inferensialnya menggunakan analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 2.3 sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Analisis inferensial

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.397 ^a	.158	.132	1.406

a. Predictors: (Constant), Skor jawaban X_3, Skor jawaban X_2, Skor jawaban X_1

b. Dependent Variable: Skor jawaban Y

Interperensi model summary

R=0,397 (Koefisien Kolerasi), dan nilai R=0,397 angka menunjukkan bahwa kolerasi variabel Y, berkolerasi nyata. Koefisien determinasi (R-square) = 0,132 (13,2% variabel halal lifestyle) finansial, makanan dan minuman, dan cosmetic, terhadap pengembangan ekonomi Syariah sedangkan sisanya 100%-13,2%=86,8% disebabkan oleh variabel lain.

Tabel 4. 12 Interperensi model summary

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	35.619	3	11.873	6.005	.001 ^b
Residual	189.821	96	1.977		
Total	225.440	99			

a. Dependent Variable: Skor jawaban Y

b. Predictors: (Constant), Skor jawaban X_3, Skor jawaban X_2, Skor jawaban X_1

Interpretasi Anova

Hasil analisis diatas dapat diperoleh $F\text{-hit} = 6,005$, dengan $\text{sig} = 0,001 < 0.05$ maka model (persamaan regresi linear berganda) dapat dikatakan adanya tren halal lifestyle sebagai potensi pengembangan ekonomi syariah.

Tabel 4. 13 Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.550	1.526		4.949	.000
Skor jawaban X_1	.267	.098	.290	2.717	.008
Skor jawaban X_2	.212	.084	.241	2.529	.013
Skor jawaban X_3	-.017	.066	-.027	-.256	.798

a. Dependent Variable: Skor jawaban Y

Interpretasi coefficients

Hasil analisis persamaan regresi linear berganda yang di peroleh adalah : $y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$ yaitu $y = 7,550 + 290x_1 + 241x_2 + 027x_3$. Dimana H_0 = koefisien regresi linear berganda tidal signifikan, sedangkan H_a =koefisien regresilinear berganda yang signifikan.

4. Hasil uji hipotesis

a. Uji Parsial

Tabel 4. 14 Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.094	1.133		8.907	.000		
Skor jawaban X_1	.294	.088	.319	3.332	.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Skor jawaban Y

Berdasarkan tabel 4.19 diatas tabel output SPSS coefficients diatas diketahui nilai signifikan (sig) variabel keuangan (X1) adalah sebesar 0,001. Karena nilai sig 0,001 < probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan variabel keuangan (X) terhadap pengembangan ekonomi Syariah (Y).

Tabel 4. 15 Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.135	1.254		8.083	.000		
Skor jawaban X_2	.254	.085	.288	2.975	.004	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Skor jawaban Y

Tabel 4. 16 Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12.765	.795		16.060	.000		
Skor jawaban X ₃	.086	.063	.138	1.377	.172	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Skor jawaban Y

Berdasarkan tabel 4.20 diatas tabel output SPSS coefficients diatas diketahui nilai signifikan (sig) variabel Makanan dan minuman (X₂) adalah sebesar 0,004. Karena nilai sig 0,004 < probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan variabel makanan dan minuman (X₂) terhadap pengembangan ekonomi Syariah (Y).

Berdasarkan tabel 4.21 diatas tabel output SPSS coefficients diatas diketahui nilai signifikan (sig) variabel kosmetik (X₃) adalah sebesar 0,172. Karena nilai sig 0,172 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan variabel kosmetik (X₃) terhadap pengembangan ekonomi Syariah (Y).

b. Uji *product moment*

Pengujian hipotesis berisi tentang kebenaran hipotesis berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Teknik statistic yang digunakan untuk mengetahui keuangan (X₁) makanan dan minuman (X₂), dan kosmetik (X₃) pengembangan ekonomi Syariah (Y) adalah dengan menggunakan rumus *person product moment*, sebagai berikut:

Selanjutnya dimasukkan dalam rumus sebagai berikut:

$$r_{x_{123}y} = \frac{\sum x_{123}y}{\sqrt{(\sum x_{123}^2)(\sum y^2)}}$$

$$r_{x_{123}y} = \frac{55340}{\sqrt{(160420)(19380)}}$$

$$r_{x_{123}y} = \frac{55340}{\sqrt{3108939600}}$$

$$r_{x_{123}y} = \frac{55340}{55757,86}$$

$$r_{x_{123}y} = \frac{55340}{55757,86}$$

$$r_{x_{123}y} = 0,992$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh $r_{hitung} = 0,992 \geq r_{tabel}$ 0,195 pada taraf signifikan 5% sehingga disimpulkan bahwa terdapat kolerasi positif yang signifikan antara variabel X_{123} dan Y. jadi terdapatlah pengaruh tren halal lifestyle terhadap pengembangan ekonomi Syariah universitas Muhammadiyah parepare.

Setelah dikudratkan, dapat bahwa besarnya pengaruh tren halal lifestyle terhadap pengembangan ekonomi Syariah adalah sebesar 0,992 atau 99,2% dipengaruhi variabel lain 0,8% yang tidak diamati oleh peneliti.

Tabel 4. 17 Pedoman untuk memberi interpretasi terhadap koefisien kolerasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Berdasarkan tabel 2.22 pedoman interpretasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa tren halal *lifestyle* memiliki hubungan atau pengaruh yang kuat terhadap pengembangan ekonomi Syariah universitas Muhammadiyah parepare.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Faktor yang menjadi hambatan mahasiswa dalam penerapan halal *lifestyle* yaitu:

- a) Keuangan

Dari hasil pengamatan peneliti literasi keuangan syariah bahwa Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare lebih memilih membeli barang karena keinginannya tanpa mempertimbangkan mahal dan halalnya, Mahasiswa mengeluarkan keuangan hanya untuk mengubah suatu penampilan berbeda dengan yang lain, jadi dapat disimpulkan bahwa mahasiswa lebih memilih barang seperti kosmetik dari pada menabung di bank syariah sehingga mahasiswa kurang kesadaran bahwa pentingnya menabung karna mahasiswa belum paham konsep keuangan dan bagaimana cara hidup lebih hemat.

Mengelolah keuangan dengan cara menabung di Bank Syariah adalah hal yang harus dibiasakan sejak sekarang, dan ada banyak manfaat yang bisa didapatkan menabung di Bank Syariah contohnya yaitu, mengurangi bunga tidak ada riba, dan dapat memahami konsep keuangan.

b) Kosmetik

Kosmetik di kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare banyak yang menggunakan kosmetik yang tidak terdaftar BPOM, tanpa memperhatikan bahayanya suatu kosmetik yang bermerkuri untuk kesehatan kulit, karna standar kecantikan merupakan suatu keinginan setiap perempuan apalagi di kalangan mahasiswa, sehingga teropsesi menggunakan alat kosmetik tanpa memperhatikan dilihat dari segi harga bahwa barang yang digunakan bermerkuri lebih murah.

2. Pengaruh tren halal lifestyle dalam pengembangan ekonomi Syariah

Halal lifestyle terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan pengembangan ekonomi Syariah universitas Muhammadiyah parepare dengan peroleh $r_{hitung} = 0,992 \geq r_{tabel} 0,195$ pada taraf signifikan 5% berdasarkan uji pengaruh yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa halal lifestyle terhadap pengembangan ekonomi Syariah 0,992 atau 99,20 % dalam arti bahwa 0,8 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Adapun yang menjadi cakupan dalam halal *lifestyle* adalah halal keuangan, halal makanan dan minuman, dan halal kosmetik

Halal Keuangan halal atau halal keuangan menjadi salah satu hal penting dalam halal *lifestyle* di mana dalam kehidupan manusia tidak pernah terlepas dari kegiatan muamalah khususnya kegiatan ekonomi namun yang harus dipastikan bahwa kegiatan ekonomi tersebut tidak

melanggar nilai-nilai syariat. Hal ini karena sudah menjadi kewajiban sebagai seorang muslim dalam menjalankan segala aktivitas kehidupan harus berlandaskan Al-Qur'an, sunnah, dan ijma ulama. Pada dasarnya segala urusan muamalah boleh dilakukan kecuali yang telah diharamkan.

Halal makanan dan minuman adalah makanan yang diperuntukan bagi manusia yang menginginkan menjadi saleh secara pribadi dan saleh secara sosial. Hal ini karena makanan akan memberikan kontribusi pada setiap individu yang memakannya

Halal Kosmetik adalah bahan atau campuran bahan yang digosokan, dituangkan, dilekatkan, disemprotkan, dimasukan, dipergunakan pada tubuh manusia yang bertujuan untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik, serta mengubah rupa dan kosmetika ini tidak dikategorikan sebagai obat. Adapun zat yang digunakan dalam kosmetika tidak boleh membahayakan tubuh manusia secara keseluruhan

Penelitian ini dilaksanakan di universitas muhammadiyah parepare dengan jumlah populasi 2.656 mahasiswa universitas Muhammadiyah parepare, dan yang menjadi sampel 100 mahasiswa universitas Muhammadiyah parepare. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik sampel bertujuan, yaitu Teknik pengambilan sampel bukan didasarkan atas adanya tujuan tertentu dengan suatu pertimbangan.

Teknik dan instrument pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, dan dokumentasi. Setelah penelitian

menggunakan analisis, maka peneliti akan menguraikan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan pedoman penelitian yang digunakan, yakni sebagai berikut

Berdasarkan pengujian analisis data, telah diperoleh nilai pada masing – masing variabel. Hasil angket, skor total variabel halal lifestyle yang diperoleh dari hasil penelitian adalah 3984, skor teriotik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $15 \times 4 = 60$, karna jumlah responden 100 orang, maka skor kriterium adalah $60 \times 100 = 6.000$. dengan demikian, halal lifestyle adalah $3984 : 6.000 = 0,664$ atau 66.40 % dari kriterium yang di tetapkan jadi, dapat disimpulkan halal lifestyle termasuk kategori kuat.

Selanjutnya, skor total variabel pengembangan ekonomi Syariah di peroleh dari hasil penelitian adalah 1384, skor teriotik tertinggi variabel ini tiap responden adalah $5 \times 4 = 20$, karena jumlah responden 100 orang, maka skor kriterium adalah $20 \times 100 = 2.000$. dengan demikian , pengembangan ekonomi Syariah adalah $1384 : 2.000 = 0,692$ atau 69,20 % dari kriterium yang di tetapkan jadi, dapat disimpulkan halal lifestyle termasuk kategori kuat.

Halal *lifestyle* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan pengembangan ekonomi Syariah universitas Muhammadiyah parepare dengan peroleh $r_{hitung} = 0,992 \geq r_{tabel} 0,195$ pada taraf signifikan 5% berdasarkan uji pengaruh yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa halal *lifestyle* terhadap pengembangan

ekonomi Syariah 0,992 atau 99,20 % dalam arti bahwa 0,8 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor yang menjadi hambatan mahasiswa dalam penerapan halal *lifestyle* yaitu:
 - a. Dalam hal keuangan, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare lebih cenderung membeli barang dengan keinginannya tanpa mempertimbangkan kehalalan produk tersebut.
 - b. Dalam hal makanan dan minuman, faktor yang menghambat mahasiswa dalam penerapan halal *lifestyle* diantaranya, religiositas dan label jaminan halal.
 - c. Dalam hal kosmetik, masih banyak kalangan mahasiswa yang mengutamakan kecantikan dari pada Kesehatan tubuhnya sendiri.
2. Pengaruh tren halal *lifestyle* dalam pengembangan ekonomi Syariah

Diantara beberapa faktor yang menjadi hambatan mahasiswa dalam penerapan halal *lifestyle* hasil penelitian diatas memperoleh $r_{hitung} = 0,992 \geq r_{tabel} 0,195$ pada taraf signifikan 5% sehingga terdapat korelasi positif yang signifikan antara tren halal *lifestyle* dengan pengembangan ekonomi Syariah. Dengan demikian terdapatlah pengaruh tren halal *lifestyle* terhadap pengembangan ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Parepare.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan tentang Tren Halal: Mulailah dengan memberikan pengertian yang jelas tentang apa itu tren halal dan mengapa hal ini menjadi perhatian yang semakin besar dalam konteks ekonomi syariah. Seperti makanan dan minuman, kosmetik, dan lainnya.
2. Analisis Pasar: Lakukan analisis mendalam tentang tren dan potensi pasar dalam ekonomi syariah, dengan fokus pada produk dan layanan halal. Lebih menjadi peluang perkembangan.
3. Teknologi Digital: Memanfaatkan teknologi digital untuk mempermudah akses dan distribusi produk halal, termasuk e-commerce dan aplikasi mobile.
4. Keuangan Syariah: Memperkuat sektor keuangan syariah untuk mendukung pembiayaan bisnis – bisnis yang bergerak di industri halal.

DAFTAR PUSTAKA

- (KNEKS), K. N. E. dan K. S. (n.d.). *Gaya Hidup Halal untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia*. 02 April 2019.
- Adinugraha, H. H. “*Halal Lifestyle di Indonesia. An-Nisbah*” Jurnal Ekonomi Syariah, 2019.
- Adinugraha, Hendri Hermawan dan Mila Sartika, *Halal Lifestyle di Indonesia*. Vol.05 No.1
- Ailah, M. W. *Pemahaman Konsep Halal dan Halal Awareness dalam Perilaku Konsumen Muslim BreadTalk*. Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2019.
- Alim, Hilachul Alfinul, M. Kholid Mawardi, Dan Aniesa Samira Bafadhal, “*Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim*” Jurnal, Universitas Brawijaya Malang, 2018.
- ANSORI, AAN, “*Digitalisasi Ekonomi Syariah,*” *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016).
- Antonio, Muhammad Syafi’I, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2011).
- Apriyantono, A. (n.d.). *Masalah Halal: Kaitan Antara Syar’i, Teknologi dan Sertifikasi*. <https://pagihp.tripod.com/hal2.htm>
- Arif, Al, M. Nur Rianto dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010).
- Aslikhah, “*Potensi Ekonomi Syariah Dengan Tren Halal Lifestyle Di Indonesia Dalam Perspektif State the Global Islamic Economy Report,*” Jurnal Ekonomi Syari’ah, 2021.
- Bawono, Anton, “*Making Indonesia as the World Halal Lifestyle Center Based on Islam Indonesia Values*” di Auditorium Kampus I Jl. Tentara Pelajar, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2017.
- Boediman, Eko Putra, “*Halal Lifestyle in Marketing Communication of Tourism and Hospitality*”, *International Journal of Economic Research*, Volume. 14, Number. 4, 2017.
- Djamal, *Paradigm Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).
- Isti, A. *5 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional, Kenali Prinsip dan Karakteristiknya*. (2020).
- Janie, D.N.A. *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang University Press, Semarang (2012).

- Jasmani, *“Ensiklopedi Hukum Islam, Jilid 2”*, Hijab Dan Jilbab Menurut Hukum Fikih, 2 Juli 2013.
- Kadir, *statistika terapan*, Depok: PT. Rajagrafindo, 2015.
- Lestari, Fitri dan Duduh Sanjaya, *“Pengaruh Halal Lifestyle Terhadap Customer Value Survey Pada Hotel Syariah di Bandung”* Jurnal Indonesia Membangun, Vol.18, No.2, 2019.
- Lismawati. *buku ajar metodologi penelitian*, Cet. I; (Jambi, 2023).
- LPPOM.MUI.*ApaSajaTitikKritisKehalalanKosmetika*.<https://www.halalmui.org/mui14/main/detail/apa-saja-titik-kritiskehalalan-kosmetika>.
- M. A Mannan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Intermasa, 1992).
- Muchtaridi, *Kosmetika Halal atau Haram serta Sertifikasinya*. (Majalah Farmasetika, 2017).
- Mujahidin, Ahmad, *Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).
- Nasrullah, F. S. & A. *“Eksplorasi peran perbankan syariah dalam memajukan industri halal di sektor makanan halal. Wahana Islamika”* Jurnal Studi Keislaman, 2019.
- Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2013).
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012).
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI).
- Qardhawi, Yusuf, Yusuf al Qardhawy, *al-Halal wa al-Haram fi al Islam*, Kairo, Maktabah Wahbah, 2012.
- Rahman, Afzalur, *Doktrin ekonomi Islam Jilid I*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995).
- Riadi, Muchlisin, *Pengertian, Tujuan, Prinsip dan Manfaat Ekonomi Syariah*, 2024.
- Sambutan KH. Ma’ruf Amin baca Niken Setyarini, *“Menumbuhkan Eksistensi Gaya Hidup Halal di Indonesia”*, Artikel, 2016.
- Setyaningsih, Ira, *Perkembangan Topik Halal Dalam Penelitian Sunan Kalijaga* Yogyakarta, 2019.
- Siregar, Syofiyan, *Metode Penelitian Kuantitatif. Dilengkapi dengan Perbandingan manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2017).

- Studia, Luris, “*Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)*,” *Jurnal Kajian Hukum* 1, no. 1 (2020).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Suryani & Hendryani, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).
- Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013).
- Sutrisno badri, *metode statiska untuk penelitian kuantitatif*, (Yogyakarta : penerbit ombak 2012), h 65.
- Trust, M.J.C.H.(n.d.). *Living a Halal Lifestyle*. <https://mjchalaaltrust.co.za/education/overview-of-halal-lifestyle/>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2006 tentang Amandemen Peradilan Agama.
- Waharjani, *Makanan yang Halal lagi Baik dan Implikasinya Terhadap Kesalehan Seseorang*. 2015. 4.
- Yunus, Anas Bin Mohd, Wan Mohd Yusof bin Wan Chik, Mahani Binti Mohamad, “*The Concept of Halalan Tayyiba and Its Application in Products Marketing: A Case Study at Sabasun HyperRuncit Kuala Terengganu, Malaysia*”, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 1, No. 3, 2010.
- Zukhrufani, Alfitri dan Muhammad Zakiy “*The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions*” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.5, No.2, 2019.