

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini di kalangan masyarakat muslim yang menggunakan produk dalam kehidupan sehari-hari, sangat mementingkan atau melihat produk yang berlabel halal. Generasi milenial dikenal karena pemikiran yang kritis, salah satunya terkait dengan halal *lifestyle* dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan makan dan minum, pakaian dan kosmetik, serta pariwisata termasuk didalamnya. Generasi milenial, yang merupakan kelompok demografis yang terbesar dan paling berpengaruh saat ini, telah menjadi agen perubahan dalam banyak aspek kehidupan termasuk dalam hal pemilihan restoran dan hotel. Dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan, keberlanjutan, dan nilai-nilai keagamaan, generasi milenial cenderung mempertimbangkan gaya hidup halal dalam pemilihan tempat makan dan menginap.

Halal *lifestyle* menjadi kebiasaan seseorang dalam kesehariannya mengonsumsi, memanfaatkan dan menggunakan barang atau jasa tidak bertentangan dengan nilai prinsip agama Islam (Yusniar et al., 2020). Halal *Lifestyle*, yang merupakan praktek keagamaan dan budaya dalam Islam, telah menjadi semakin penting dalam konteks global. Dengan meningkatnya kesadaran akan aspek keagamaan, kesehatan, dan keberlanjutan, banyak individu, terutama dari komunitas muslim, mulai memperhatikan label halal dalam pemilihan makanan, minuman, dan tempat menginap, seperti restoran dan hotel.

Generasi milenial juga dikenal dengan pemikiran yang kritis terkait dengan halal *lifestyle* dalam kehidupan sehari-hari, termasuk makan dan minum, pakaian dan kosmetik, serta pariwisata. Seperti yang ditunjukkan oleh implementasi atau legalisasi sertifikat halal di enam industri aktual, pertumbuhan gaya hidup halal di lingkungan Muslim juga telah merambah ke negara-negara mayoritas non-Muslim (Aji., et.al.2023). Mereka cenderung mencari bisnis-bisnis yang mengadopsi praktik-praktik ramah lingkungan, termasuk dalam industri perhotelan dan restoran. Restoran dan hotel yang menawarkan opsi halal seringkali dianggap sebagai pilihan yang ramah lingkungan karena berfokus pada bahan-bahan alami dan proses produksi yang lebih berkelanjutan. Terkait dengan kehalalan suatu produk,

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (“UU Perlindungan Konsumen”) hanya mengatur bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label. Adapun terkait keharusan adanya keterangan halal dalam suatu produk, dapat dilihat dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (“UU Produk Halal”) yang beberapa ketentuannya telah diubah, dihapus, atau ditetapkan pengaturan baru dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (“UU Cipta Kerja”).

Keputusan pemilihan restoran hotel oleh generasi milenial menjadi penting mengingat besarnya potensi pasar ini. Restoran hotel yang mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen Muslim dapat meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan. Selain itu, dengan semakin berkembangnya tren halal lifestyle, pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan restoran hotel dapat memberikan panduan yang berharga bagi pelaku industri perhotelan dalam merumuskan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif.

Halal *lifestyle* adalah pola hidup seseorang di alam yang diekspresikan dalam kegiatan, atensi, serta opininya yang mengaplikasikan nilai-nilai Islam di dalamnya (Adriani dan Ma'ruf, 2020). Halal *Lifestyle* seringkali memiliki kaitan erat dengan nilai-nilai budaya dan identitas agama. Generasi milenial yang terhubung dengan nilai-nilai kultural dan agama mereka mungkin lebih cenderung memilih restoran dan hotel yang menghormati dan memenuhi kebutuhan mereka akan makanan halal. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan aspek agama, tetapi juga dengan perasaan kenyamanan dan kepercayaan diri dalam memilih tempat yang sesuai dengan nilai-nilai pribadi mereka.

Menurut Subarkah (2018) menyatakan bahwa label halal yang tertera di berbagai destinasi wisata memudahkan wisatawan muslim untuk bisa lebih leluasa mengunjungi dan menikmati makanan yang ada. Industri pariwisata yang ramah terhadap wisatawan muslim ini sangat diupayakan di berbagai belahan dunia, karena memiliki potensi pasar wisata halal yang sangat besar.

Pasar makanan dan pariwisata halal telah tumbuh secara signifikan di seluruh dunia sebagai respons terhadap meningkatnya permintaan dari komunitas Muslim dan non-Muslim yang lebih sadar akan kebersihan, kesehatan, dan nilai-nilai keagamaan. Hal ini menciptakan kesempatan bagi pelaku bisnis dalam industri perhotelan dan restoran untuk menyesuaikan penawaran mereka agar sesuai dengan preferensi konsumen yang berkaitan dengan *Halal Lifestyle*.

Konsumen terutama generasi milenial yang terhubung dengan media sosial dan informasi, semakin sadar akan aspek-aspek yang terkait dengan gaya hidup halal. Mereka memperhatikan label halal dalam produk-produk makanan dan minuman serta mencari informasi tentang restoran dan hotel yang menyediakan opsi halal. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran konsumen terhadap pentingnya *Halal Lifestyle* telah meningkat secara signifikan dan memengaruhi perilaku belanja dan perjalanan mereka.

Dalam menanggapi permintaan yang meningkat untuk opsi halal, industri perhotelan dan restoran telah mengambil langkah-langkah untuk menyesuaikan penawaran mereka. Banyak restoran dan hotel kini menawarkan menu yang disesuaikan dengan standar halal dan mendapatkan sertifikasi halal untuk menarik pelanggan yang peduli dengan aspek keagamaan dan kesehatan ini. Langkah-langkah ini tidak hanya memperluas basis pelanggan, tetapi juga meningkatkan citra merek dan daya saing bisnis.

Secara keseluruhan, pengaruh *Halal Lifestyle* terhadap keputusan pemilihan restoran dan hotel memiliki kaitan dengan industri perhotelan dan restoran. Dengan pertumbuhan pasar halal dan peningkatan kesadaran konsumen, penting bagi pelaku bisnis dalam industri ini untuk memahami dan menanggapi preferensi konsumen terkait dengan *Halal Lifestyle*. Pengaruh *Halal Lifestyle* terhadap keputusan pemilihan restoran dan hotel pada generasi milenial mencerminkan kombinasi dari kesadaran akan kesehatan, keberlanjutan, nilai-nilai budaya, dan pengalaman kuliner. Industri perhotelan dan restoran yang memahami dan menanggapi preferensi ini memiliki kesempatan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan generasi milenial, serta memperkuat citra merek mereka di pasar yang semakin kompetitif.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh label halal pada produk dan layanan terhadap keputusan pembelian generasi milenial dalam menentukan pilihan restoran hotel.
2. Sulitnya menemukan restoran hotel halal yang menyediakan variasi menu yang beragam.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Agar pembahasan lebih terarah maka penulis membatasi masalah yang sesuai dengan topik yang akan dibahas yaitu halal *lifestyle* terkait dengan mengkonsumsi hidangan dan keputusan pemilihan restoran hotel konsumen muslim pada generasi milenial.

## 1.4 Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh halal *lifestyle* terhadap keputusan pemilihan restoran hotel pada generasi milenial?

## 1.5 Manfaat Hasil Penelitian

### 1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi para peneliti lainnya agar dapat dijadikan data tambahan atau referensi dan dapat dikembangkan dengan menggunakan metode lainnya. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat melihat dampak halal *lifestyle* terhadap keputusan pemilihan restoran hotel pada generasi milenial pada saat ini.

### 2. Praktis

Secara praktis, maka manfaat dari penelitian ini adalah :

#### a. Bagi Peneliti

Dengan melaksanakan penelitian ini, peneliti dapat mengetahui sebesar apa pengaruh kehalalan suatu restoran hotel bagi konsumen terutama generasi milenial.

#### b. Bagi Industri Perhotelan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam membuat restoran hotel lebih *aware* lagi terkait kehalalan suatu hidangan didalam restorannya.

#### c. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kepustakaan serta pedoman bagi penelitian selanjutnya dengan bahasan serupa.

