

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, perkembangan teknologi dan akses informasi yang semakin mudah telah membawa dampak signifikan terhadap gaya hidup masyarakat, termasuk di kalangan generasi Z. Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai generasi pertama yang benar-benar tumbuh dalam era digital. Mereka mengalami masa kecil dan remaja di tengah perubahan budaya serta nilai-nilai yang berkembang dengan cepat. Selain sebutan Generasi Z bagi mereka yang lahir antara 1995 hingga 2010, terdapat berbagai istilah lain yang diajukan, seperti iGeneration, Gen Tech, Gen Wii, Homeland Generation, Net Gen, dan Digital Natives (Stillman & Stillman, 2017). Generasi Z adalah generasi digital asli pertama. Sejak usia dini, mereka telah terbiasa dengan kehadiran perangkat teknologi seperti smartphone, desktop, laptop, tablet, dan televisi, yang merupakan bagian dari revolusi digital (Pujiono, 2021). Tak heran jika berbagai istilah tersebut muncul, karena mencerminkan kondisi dan gaya hidup Generasi Z yang erat kaitannya dengan dunia digital. Oleh sebab itu, mereka juga sering disebut sebagai Digital Natives, yakni individu yang sejak kecil sudah terbiasa hidup berdampingan dengan teknologi digital. Salah satu aspek yang semakin mendapatkan perhatian adalah pengetahuan tentang *halal lifestyle*, yang mencakup pemahaman terhadap kehalalan dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari.

Saat ini gaya hidup halal (*halal lifestyle*) telah berkembang pesat dan menjadi trend di kalangan masyarakat Indonesia khususnya masyarakat muslim. Berdasarkan *State of the Global Islamic Economy (SGIE) report 2023* yang diliris secara resmi oleh Dinar Standard di Dubai, Uni Emirat Arab, Indonesia menempati posisi tiga besar pada *the Global Islamic Economy Indicator (GIEI)* (Setya, 2023). Setiap tahunnya, Dinar Standard, lembaga kajian internasional yang secara khusus memfokuskan diri pada ekonomi Islam global, merilis *SGIE Report* sebagai laporan ekonomi Islam global. Laporan ini mencakup berbagai sektor, termasuk perdagangan dan industri produk halal. Dalam pemeringkatan *Global Islamic*

Economy Indicator (GIEI) yang disajikan dalam laporan tersebut, aspek-aspek seperti keuangan syariah, makanan/minuman halal, modest fashion, farmasi dan kosmetik, wisata ramah muslim, media, dan rekreasi menjadi fokus utama.

Pada rilis *SGIE Report (2023)*, data menunjukkan bahwa Indonesia berhasil mempertahankan posisi kedua dalam Indikator Makanan Halal dan menduduki peringkat ketiga dalam Indikator Modest Fashion. Selain itu, sektor obat-obatan dan kosmetik halal Indonesia mengalami kenaikan dari peringkat delapan menjadi peringkat lima. Indonesia juga mencatatkan peningkatan signifikan sebanyak 23 posisi, meraih peringkat keenam dalam Indikator Media dan Rekreasi, suatu prestasi yang sebelumnya tidak terdapat di dalam 10 besar kategori ini. Di sisi keuangan Islam, Indonesia mengalami penurunan satu peringkat dari posisi keenam menjadi ketujuh. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap produk dan jasa yang halal, perubahan ini secara tidak langsung juga mempengaruhi gaya hidup mereka. Masyarakat menjadi lebih sadar dan memperhatikan pentingnya status halal dalam produk atau jasa yang mereka gunakan. Menurut pandangan Minor & Mowen (2002, hal. 282), *lifestyle* mencakup pola hidup seseorang sehari-hari, yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan pendapat mereka. Lebih lanjut, *lifestyle* mencerminkan pola pikir seseorang dalam berbagai aktivitas, karena pola pikir dapat memengaruhi keputusan dan pilihan, termasuk dalam konteks keputusan pembelian. Oleh karena itu, gaya hidup sering digunakan sebagai motivasi dasar dan panduan dalam pengambilan keputusan, sehingga seseorang yang hendak melakukan pembelian harus mempertimbangkan gaya hidup yang mereka anut.

Salah satu sektor yang turut mengalami perubahan signifikan adalah industri perhotelan. Dalam memilih fasilitas penginapan, generasi Z semakin cenderung mempertimbangkan nilai-nilai keagamaan dan etika dalam gaya hidup halal mereka. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti makanan dan minuman, penyediaan ruang ibadah, serta kebijakan dan praktik yang mendukung kehidupan halal. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan masih kurangnya pemahaman yang dimiliki generasi z mengenai halal lifestyle. Apalagi terhadap kebutuhan fasilitas hotel yang mendukung mereka dalam melakukan gaya hidup halal.

Penting untuk memahami bahwa pengetahuan tentang *halal lifestyle* tidak hanya sebatas pada keberlanjutan produk atau makanan, melainkan juga mencakup keseluruhan pengalaman penginapan. Dalam konteks ini, pemilihan fasilitas hotel oleh generasi Z tidak hanya didorong oleh kriteria konvensional seperti harga dan lokasi, tetapi juga oleh sejauh mana sebuah hotel memahami dan mendukung gaya hidup halal. Pentingnya pengetahuan tentang *halal lifestyle* dalam memilih fasilitas hotel bagi generasi Z menunjukkan tren perubahan preferensi konsumen yang perlu diperhatikan oleh pelaku industri perhotelan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendalami pemahaman terhadap pengaruh pengetahuan *halal lifestyle* terhadap pemilihan fasilitas hotel, sekaligus mengeksplorasi upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh industri perhotelan untuk memenuhi tuntutan generasi Z yang semakin kritis terhadap aspek kehalalan dalam pengalaman menginap mereka.

1.2. Identifikasi Masalah

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

1. Kurangnya pemahaman *halal lifestyle* pada keputusan pemilihan fasilitas hotel bagi generasi Z.
2. Tingkat kesadaran generasi Z terhadap adanya produk dan jasa halal.
3. Kurangnya penyediaan fasilitas penginapan yang mendukung gaya hidup halal.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pembatasan masalah pada penelitian ini memfokuskan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan *halal lifestyle* terhadap pemilihan fasilitas hotel bagi generasi Z.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, maka rumusan dalam penelitian ini yaitu: Apakah terdapat pengaruh pengetahuan *halal lifestyle* terhadap keputusan pemilihan fasilitas hotel bagi generasi Z?

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih bagi akademik maupun masyarakat pada umumnya, dan untuk pribadi penulis khususnya.

1. Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dalam upaya meningkatkan pengetahuan mengenai halal lifestyle dan pengembangan fasilitas hotel

2. Untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi dan pemahaman terkait halal lifestyle. Dengan adanya pengetahuan ini diharapkan masyarakat mampu menerapkannya pada kehidupan sehari-hari terkhususnya terhadap pemilihan hotel yang memiliki fasilitas mendukung untuk gaya hidup halal.

3. Penulis

Menambahkan wawasan bagi penulis tentang gaya hidup halal dan memberikan pengalaman penulis dalam menyusun karya ilmiah khususnya penulisan skripsi.

