

***LIFESTYLE GENERASI MILLENNIAL
DALAM KERANGKA PASAR EKONOMI HALAL***

Ning Purnama Sariati
IAIN Kediri
ning.purn4m4@gmail.com

Abstract

Lifestyle is human behavior on activities, interest and opinion in the society. Millennial generation is person who was born on periode among 1980 until 2000 and get use technology integration on the whole life. Milenial generation in this moment has different characters than other generation. Its generation so fast in the mastery of knowledge, critical, closer with social media, productive, dynamic, and open minded. Based on those character, milenial generation is predicted to contribute in the economic development.

Halal economic market is about Islamic ekonomis that support by halal industry Sektor such ac halal food, halal tourism, halal cosmetics, halal finance, halal media and recreation, halal farmation and moslem fashion. To develop this industry, government made the halal regulation and choosed the related institution. Halal economic market is new issue in the global economic. It was conduct the people to have a halal lifestyle. It means that halal economic market is not only about moslem but also about non moslem. Important thing in this case is people awareness on the halal concept in the product and service to fulfill human need.

This research method is descriptive analytics research method. It use a secondary data. The are government report of KPPA 2018, islamic economic report, masterplan syariah economic of Indonesia 2019-2024, and others documents related. This research was described that lifestyle of millennial generation in Indonesia has contribute in the halal economic market's development. Because Indonesia has many supporting aspect in this case. Indonesia has about 250 million peoples, Islam majority in religion, has surplus on millennial generation, on going to disruption era. This country must be lead to use the millennial generation for taking participant in this economic Sektor.

Keywords: lifestyle, millennial, halal economic

A. Pendahuluan

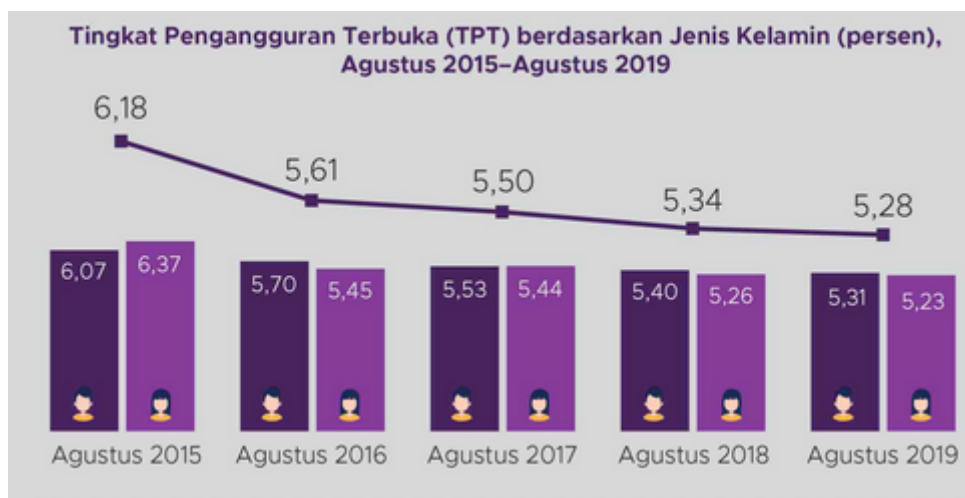
1. Latar Belakang

Fenomena perekonomian global saat ini adalah terobosan terhadap permintaan industry halal. Permintaan industry halal tersebut meliputi barang dan jasa. Berdasarkan hasil laporan KNKS tahun 2018, disebutkan telah dimulai beberapa Negara yang mayoritas non muslim mulai melirik bisnis/industry halal. Mereka memainkan peran sebagai produsen. Diantara Negara yang dimaksud adalah Negara Thailand, Brasil, dan Korea. Pemain

tersebut menciptakan destinasi sendiri dalam meraih pasar ekonomi halal sesuai daya tarik yang dimilikinya.¹

Pasar ekonomi halal menimbulkan efek bagus dalam jalur perdagangan. Pasar ekonomi halal dimulai dari adanya permintaan halal yang dilakukan konsumen. Permintaan ini akan menimbulkan rantai penawaran dari sisi produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga pasar lambat laun akan berubah mengikuti arus ekonomi halal. Pertimbangan “kehalalan” produk tidak sekedar masalah isu agama tetapi juga terkait standardisasi kualitas produk. Untuk membentuk pasar ekonomi halal yang baik maka dibutuhkan jalur kegiatan ekonomi yang baik pula. Diantaranya dimulai kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi. Ketiga hal tersebut harus benar-benar dijalankan dalam kerangka “halal”. Untuk membentuk rantai ekonomi tersebut, dibutuhkan kerjasama dengan sumber daya manusia yang dimiliki.

Ketersediaan sumber daya manusia yang dimiliki di Indonesia menunjukkan nilai positif. Maksudnya angka pengangguran di Indonesia cenderung menurun.² Berikut paparan datanya:



Sumber: www.bps.go.id

Menurunnya tingkat pengangguran dapat diartikan bahwa banyak sumber daya manusia Indonesia yang sudah terserap dalam lapangan pekerjaan. Sehingga setiap manusia memiliki penghasilan. Secara ekonomi, jumlah penghasilan akan memberikan pengaruh terhadap

¹ Report KNKS tahun 2018

² www.bps.go.id/ angka pengangguran agustus 2019

model pengeluaran individu. Pengeluaran berupa konsumsi, investasi maupun tabungan. Dalam hal tersebut, setiap manusia seharusnya mulai mempertimbangkan aspek halal.

Kekuatan sumber daya manusia yang cerdas dalam pengetahuan kehalalan produk/ jasa, maka akan memberi perubahan terhadap penawaran dan permintaan barang/ jasa yang disediakan oleh produsen. Secara umum, produsen akan memproduksi barang/jasa yang halal untuk bisa berkompetisi dalam memenangkan hati konsumen. Seiring hal tersebut, jaringan distribusi yang dipilih produsen juga akan mengikuti perkembangan pasar.

Focus utama dalam pasar adalah mengetahui perilaku konsumen. Artinya, bagaimana kondisi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya melalui jual beli. Konsumen dalam memilih barang/ jasa akan didasarkan pada pertimbangan yang beragam seperti kelompok referensi, penghasilan, budaya, social, keluarga, gaya hidup, dan lain sebagainya.³ Gaya hidup setiap orang terbentuk dari pengaruh budaya, social, penghasilan, pendidikan dan lingkungan sekitar. Gaya hidup seorang konsumen akan membentuk pola ekonomi yang baru seiring dengan zamannya.

Zaman yang sedang terjadi di Indonesia adalah zaman milenial. Sebuah zaman yang terintegrasi dengan kemajuan teknologi. Sehingga kegiatan ekonomi juga mengikuti kemajuan teknologi. Segala informasi, penawaran, permintaan, penjualan dan pemasaran suatu barang/ jasa dilakukan secara instan. Kemudahan akses menjadi daya tarik bagi generasi milenial. Kondisi tersebut dipadukan dengan gaya hidup (lifestyle) konsumen dan pertimbangan “halal” akan menjadi kekuatan pasar yang baik.

Berdasarkan pemaparan kondisi di atas, penulis tertarik untuk mengetahui lifestyle generasi milenial dalam mendukung kerangka pasar ekonomi halal yang terjadi di Indonesia saat ini.

2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang disampaikan penulis adalah bagaimana gaya hidup (life style) generasi millennial dalam mendukung pasar ekonomi halal.

³ Philip Kotler, Prinsip-prinsip Pemasaran (Jakarta: Erlangga, 2008), 25.

3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup (*lifestyle*) generasi millennial dalam mendukung pasar ekonomi halal.

Manfaat penelitian yaitu menjadi bahan referensi dalam menilai pilihan barang/ jasa yang menunjang gaya hidup generasi millennial; menjadi bahan referensi tentang arah pembentukan ekonomi halal di Indonesia; menjadi bahan referensi dalam mengetahui kekuatan generasi millennial dalam mendukung perekonomian halal di Indonesia.

B. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif analisis, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis data yang bersifat sekunder.

2. Metode Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁴ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Laporan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak mengenai Generasi Millennial Tahun 2018, Laporan BI, KNKS Halal Value Chain, Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 dan data pendukung lain.

C. Kajian Teori

1. Gaya hidup (*lifestyle*)

Makna gaya hidup secara sosiologi adalah suatu gaya hidup khas suatu kelompok tertentu. Definisi gaya hidup dalam konteks masyarakat yang modern, yaitu menggambarkan sikap, nilai, kekayaan dan posisi social seseorang.⁵

⁴ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Yogyakarta: UPFE UMY, 2003), 42.

⁵ Retno Hendariningrum, "Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi" *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 6 Nomor 2, Mei-Agustus 2008, halaman 25.

Makna gaya hidup dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pola tingkah laku sehari-hari sekelompok manusia dalam masyarakat. Gaya hidup adalah suatu pola hidup seseorang yang diwujudkan dalam pengalokasian uang dan waktu.⁶ Alokasi penggunaan uang dan waktu bisa disalurkan melalui banyak kegiatan ekonomi.

Pengukuran gaya hidup dapat diukur dengan komponen Aktivitas, minat dan opini. Menurut Prasetijo (2004) komponen tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Aktivitas (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli, dan kegiatan apa yang digunakan untuk mengisi waktu luang. Interest (minat) yaitu apa yang menjadi kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup seseorang. Faktor minat apabila dikaitkan dengan pembelian, maka memiliki indikasi sebagai berikut: kemauan mencari informasi, bersedia untuk membayar sesuatu yang diinginkan, bersedia menceritakan hal yang positif, dan bersedia merekomendasikan apa yang diminatinya kepada orang lain. Sedangkan opinion (pendapat) yaitu pandangan dan perasaan seseorang dalam menanggapi isu-isu global, local, moral, ekonomi dan social.

Komponen aktivitas didukung oleh: bekerja, hobi, menghibur diri, komunitas dan berbelanja. Komponen minat didukung oleh faktor keluarga, pekerjaan, komunitas dan media. Komponen opini didukung oleh faktor kepribadian diri, produk dan budaya.⁷

Gaya hidup menunjukkan model interaksi antar seseorang dengan orang lain di lingkungan sekitar. Gaya hidup akan menjadi trend dalam suatu massa. Sehingga tidak dipungkiri, setiap massa akan memiliki gaya hidup yang berbeda karena pelaku dan kondisi lingkungan yang berbeda.

2. Generasi milenial

Pengertian generasi milenial menurut Karl Mannheim dalam *Generation Theory*, yaitu generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai

⁶ Darma Wijaya, "Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Perspektif*, Vol. XV, No. 2 September 2017, halaman 82.

⁷ Yanti Yulianti dan Yosini Deliana, "Gaya Hidup kaitannya dengan keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi" *Jurnal AGRISEP* Vol. 17 No. 1 Maret 2018 Hal: 39 – 50, halaman 41

dengann tahun 2000. Generasi millennial ini disebut sebagai generasi Y.⁸ Generasi millennial memiliki perbedaan dibanding generasi sebelumnya (generasi X) dan generasi sesudahnya (generasi Z dan generasi Alpha).

Perbedaan generasi millennial menjadi sebuah cirri khusus yang melekat seiring dengan perkembangan zaman yang ada. Cirri-ciri generasi millennial sebagai berikut:⁹

- a. Para milenial bekerja bukan hanya sekedar untuk menerima gaji, tetapi juga untuk mengejar tujuan (sesuatu yang sudah dicita-citakan sebelumnya)
- b. Milenials tidak terlalu mengejar kepuasan kerja namun pengembangan diri (mempelajari hal baru/ skil, dan kesempatan berkembang)
- c. Milenial tidak ingin atasan yang suka memerintah dan mengontrol
- d. Millennial menginginkan on going conversation
- e. Millennial senantiasa mengembangkan kelebihan yang dimiliki dirinya
- f. Bekerja adalah bagian dari hidup generasi millennial

Generasi milenial adalah generasi yang erat dengan penggunaan internet di dalam semua kehidupan. Berdasarkan data yang diperoleh, generasi millennial mengakses internet untuk keperluan sebagai berikut: mendapat informasi/ berita; mengerjakan tugas sekolah/ kuliah; mengirim/ menerima email; media social/ jejaring social; pembelian barang/jasa; penjualan barang/jasa; hiburan; fasilitas financial; mendapat informasi mengenai barang/jasa; dan lain-lainnya.

Karakter generasi milenial dalam kehidupannya senantiasa berbasas pada keseimbangan seluruh aspek hidup. Artinya keseimbangan antara kehidupan dirinya sendiri serta aktivitas atau pekerjaan dijalankan secara seimbang. Sebagaimana disebutkan oleh Ratnaningsih dan Prasetyo bahwa generasi millennial cenderung bekerja secara fleksibel.¹⁰ Fleksibilitas dapat dimaknai dalam pemenuhan dunia dan akhirat berjalan seiring. Generasi milenial senantiasa mencoba untuk berusaha memenuhi kebutuhan material dan kebutuhan spiritual secara bersamaan.

⁸ KPPA dan BPS, Profil Generasi Millennial (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), 2.

⁹ Ibid, 19

¹⁰ KPPA, halaman 95.

3. Pasar Ekonomi Halal

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Ekonomi halal (ekonomi syariah) adalah system ekonomi yang berlandaskan prinsip syariah. Kegiatan pasar ekonomi halal mencakup Sektor inti perekonomian beserta ekosistem yang secara structural dipengaruhi oleh gaya hidup konsumen dan praktik bisnis sesuai dengan nilai islam.¹¹

Pasar ekonomi halal yaitu suatu pasar yang memuat industry halal dalam kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi. Industry halal di dalam “Halal Value Chain” antara lain Halal Travel, Makanan Halal, Keuangan Syariah, Busana Muslim, Media dan Rekreasi, Fasmasi Halal, dan Kosmetik Halal.

Pasar Ekonomi Halal membutuhkan faktor pendukung antara lain: kesadaran dan ketertarikan pada produk halal; peningkatan potensi daya beli masyarakat; pandangan konsumen tentang halal; dan Branding Halal.¹²

D. Pembahasan

Perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa dipengaruhi oleh banyak hal. Salah satunya adalah gaya hidup. Gaya hidup masyarakat muslim millennial, saat ini membutuhkan kemudahan akses internet atau perkembangan teknologi. Di sisi lain, kemudahan layanan juga menuntut para konsumen untuk selektif atas keuangan, jalur perolehan barang dan jasa, kebenaran informasi dan kejelasan ketersediaan atas produk/ jasa yang dibutuhkan.

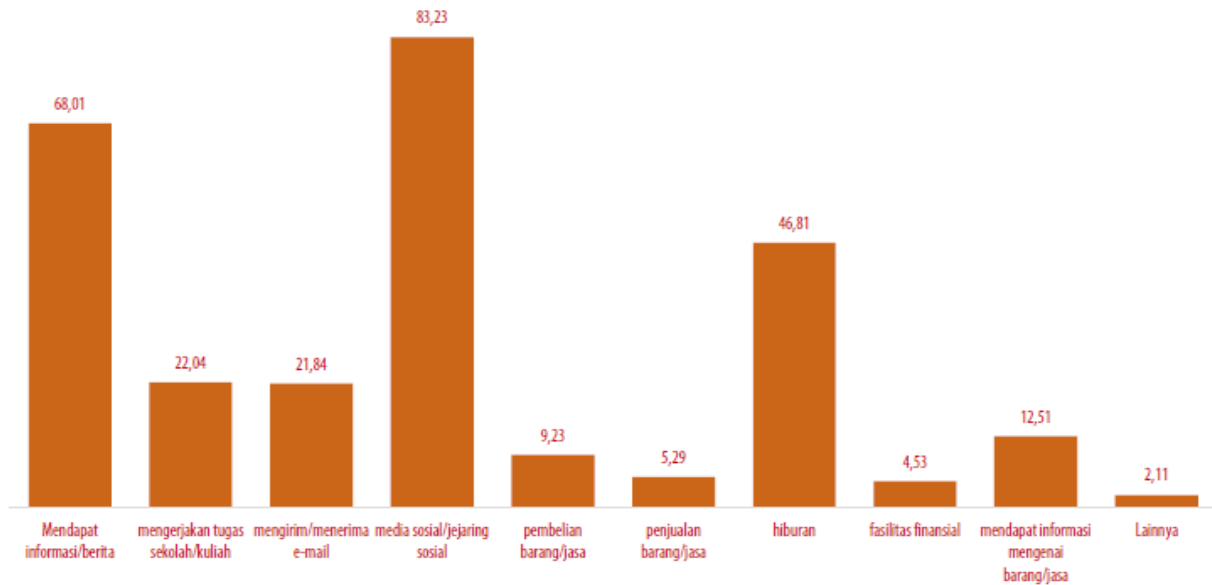
Faktor penilaian gaya hidup sebagai berikut: aktivitas, minat dan opini. Aktivitas (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli, dan kegiatan apa yang digunakan untuk mengisi waktu luang.

Berdasarkan data yang diperoleh dalam generasi millennial, yaitu generasi milenial cenderung menggunakan waktunya untuk hal-hal yang prosesnya cepat dan mudah. Berikut data penggunaan internet oleh generasi millennial:¹³

¹¹ Masterplan Ekonomi syariah Indonesia 2019-2024, halaman 4.

¹² The State of the Global Islamic Economy Report 2018/ 2019.

¹³ KPPA, halaman 72.



Berdasarkan hal tersebut, dapat dimaknai bahwa penggunaan media social sangat tinggi. Kondisi demikian efektif apabila digunakan dalam menyebarkan informasi dan membentuk suatu jaringan. Karena melalui media social sudah terbentuk suatu ikatan (hubungan pertemanan). Sebagai generasi millennial, maka penggunaan media social harus difilter agar generasi milenial dapat memperoleh manfaat media social yang positif.

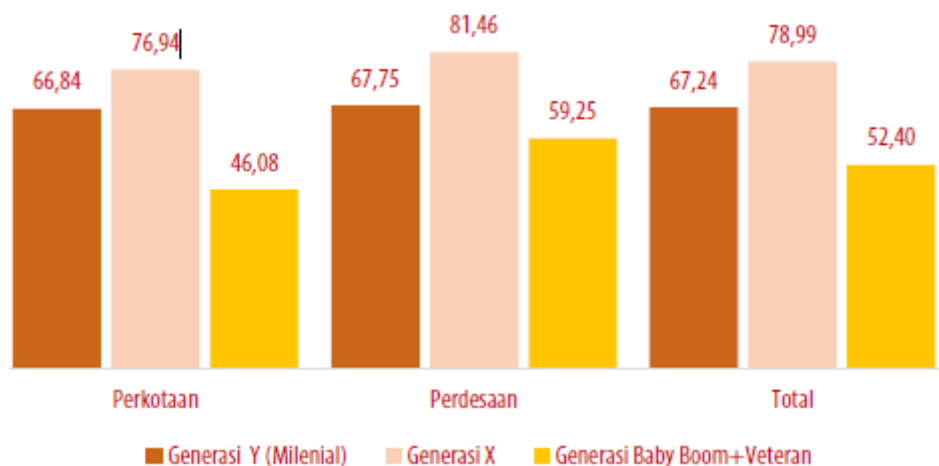
Aspek media social, bisa dihubungkan dengan aspek “media” dalam pasar ekonomi islam. Media harus diisi dan dimanfaatkan sebagai sarana untuk ibadah atau dakwah, bukan media sebagai perusak. Artinya dalam media social dapat diisi dengan muatan bimbingan spiritual. Perkembangan media social yang semakin positif akan membuat generasi millennial tetap berjalan dalam naungan agama Islam. Penggunaan media dan social media dalam sosialisasi halal dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia.¹⁴ bentuk penggunaan media dan social media yaitu melalui kerjasama LPPOM MUI dengan Republika, Detik.com, Majalah Ummi, twitter @HalalIndonesia dan Facebook: Halal MUI.

Pada grafik tujuan penggunaan internet, disebutkan bahwa generasi milenial menggunakan sarana internet untuk mendapat informasi mengenai barang/jasa. Penelusuran informasi dapat diakses generasi milenial melalui website: <https://.regs-lppommui.org>. Penelusuran ini akan memudahkan

¹⁴ www.halalmui.org

masyarakat dalam mencari daftar produk halal. Sehingga generasi millennial dapat melakukan screening awal sebelum menentukan pilihan konsumsi.

Aspek Interest (minat) yaitu apa yang menjadi kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup seseorang. Berdasarkan karakter generasi millennial yang dipaparkan sebelumnya, maka yang menjadi prioritas hidup generasi millennial adalah keseimbangan antara pekerjaan dan nilai spiritual. Hal ini dapat dimaknai dalam masalah penggunaan pendapatan diselaraskan dalam nilai spiritual. Tingginya generasi milenial yang menjadi angkatan kerja, diharapkan mampu menggunakan pendapatannya sebaik mungkin. Sebagaimana data berikut:¹⁵



Pemaknaan grafik diatas menunjukkan bahwa generasi milenial hamper 70% sudah memasuki dunia kerja. Apabila potensi 70% generasi millennial yang sudah memasuki tahap bekerja memiliki minat yang sama, maka pertumbuhan ekonomi halal akan meningkat. Minat yang sama dalam artian memiliki kecenderungan terhadap penggunaan produk dan jasa yang berada di Sektor industry halal. Sedangkan sisanya yaitu sekitar 30% adalah generasi millennial yang masih termasuk fase sekolah. Pada fase pendidikan ini, penanaman gaya hidup halal dapat dilakukan melalui edukasi sesuai jenjang pendidikan. Hal ini sebagaimana yang telah dilakukan oleh LPPOM MUI dalam rangka sosialisasi dan promosi halal.¹⁶ Edukasi gaya hidup halal dilakukan di sekolah melalui penyuluhan dan pengenalan produk halal di jenjang TK sampai SMU dan mengadakan seminar di tingkat institusi.

¹⁵ KPPA, halaman 78

¹⁶ www.halalmui.org

Alokasi uang generasi millennial relevan dengan aspek pertumbuhan keuangan syariah. Sebagaimana dalam tuntunan agama Islam bahwasanya seorang muslim hendaknya membelanjakan hartanya di jalan Allah. Sehingga tidak ada yang sia-sia atas apa yang dikeluarkan manusia di dunia ini. Pemanfaatan keuangan syariah oleh generasi millennial, diharapkan dapat menjauhkan manusia dari tindakan riba. Sehingga setiap orang dapat menjalankan syariat Islam dalam masalah keuangan. Setiap rezeki diarahkan dalam nilai halal untuk mencari berkah dari Allah dan sebagai wujud syukur kepada Allah SWT.

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ ۗ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَسِعٌ عَلِيمٌ ۚ ٢٦١

Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui (QS. Al-baqarah 261)

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ۙ ١١٤

Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah (QSAAn-Nahl 114)

Aspek minat generasi millennial perlu ditingkatkan dalam hal keuangan syariah. Untuk dapat menumbuhkan minat generasi millennial dalam keuangan syariah maka dibutuhkan pengetahuan tentang keuangan syariah yaitu melalui kegiatan literasi keuangan syariah yang pada gilirannya akan menuntut masyarakat (generasi millennial) untuk memutuskan menggunakan instrument keuangan syariah.

Berdasarkan hasil laporan Bank Indonesia tentang literasi keuangan syariah yaitu 8,1%. Angka tersebut lebih rendah dibandingkan dengan literasi keuangan konvensional yang mencapai angka 29,5%.¹⁷ Sedangkan hasil laporan mengenai inklusi keuangan syariah sebesar 11,1%. Angka tersebut juga lebih rendah dibandingkan dengan inklusi keuangan konvensional yang

¹⁷ www.BI.go.id, SNLKI Revisit 2017, halaman 51.

mencapai angka 65,6%.¹⁸ Di sisi lain, penduduk Indonesia mayoritas adalah muslim.

Kondisi di atas tentu akan menjadi tantangan dalam pembentukan kerangka pasar ekonomi halal. Karena dalam aspek keuangan, masyarakat belum menunjukkan rantai keuangan syariah yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Industry keuangan syariah meliputi perbankan, perasuransian, pegadaian, lembaga pembiayaan dan pasar modal.

Untuk dapat mewujudkan pasar ekonomi halal, maka sebagaimana faktor pendukung industry ekonomi syariah, perlu diterapkan dalam generasi milenial. Aspek minat yang membentuk gaya hidup (lifestyle) dapat dimunculkan melalui kesadaran dan ketertarikan terhadap produk halal. Generasi millennial dalam industry halal, tidak disempitkan dalam generasi millennial yang muslim saja, tetapi juga generasi millennial non muslim. Artinya seluruh generasi millennial Indonesia diharapkan mampu berkontribusi dalam pembentukan industry ekonomi halal.

Faktor minat akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Selain industry keuangan, pasar ekonomi halal juga dibentuk oleh industri busana muslim. Banyak generasi millennial yang mulai “hijrah”. Dalam artian menggunakan busana muslim. Selain sebagai identitas agama juga sebagai bentuk penampilan atau representasi dari identitas diri.¹⁹ Proses “hijrah” akan membentuk suatu komunitas. Melalui komunitas, maka akan membentuk kelompok referensi. Hal inilah yang dapat menjadi pemicu dalam memunculkan permintaan dan penawaran barang/ jasa sesuai konsep hidup halal.

Di Indonesia, telah terjadi perkembangan muslim fashion sejak lama. Sehingga pemenuhan busana akan terarah pada konsep muslim fashion. Menurut Istiani, perkembangan muslim fashion di Indonesia akan memberikan kesempatan yang luas kepada Indonesia untuk menjadi kiblat muslim fashion di dunia.²⁰ Gaya hidup busana muslim saat ini beraneka macam seperti gamis dan kerudung. Industry busana muslim mulai terbiasa dengan promosi busana

¹⁸ www.BI.go.id, SNLKI Revisit 2017, halaman 53.

¹⁹ Rini Rinawati, “Lifestyle Muslimah”, Jurnal Mediator, Vol. 8 No.1 Juni 2007, Halaman 71.

²⁰ Melda Hidayanti, dkk. “Trend Perubahan Gaya Hidup Muslim”, Prosiding Seminar Nasional ASBIS 2018, Poltek Banjarmasin, 2018, ISSN 2541-6014 (Cetak), ISSN 2541-6022 (Online) Halaman 303.

dengan label “syar’i”. Lepas dari sesuai syariat atau sekedar trend, busana muslim memicu gaya busana wanita saat ini. Nilai positif dari industry adalah banyaknya produsen industry busana muslim. Keunikan dalam industry muslim fashion adalah munculnya komunitas hijaber dengan berbagai style yang mampu memikat generasi milenial. Kecenderungan generasi milenial untuk mengikuti merupakan wujud dari karakter generasi milenial yang dinamis, kreatif, mempunyai *passion* dan produktif.²¹ Sehingga tidak heran, gaya hidup halal yang paling mencolok saat ini adalah pergerakan busana muslim.

Beberapa merek busana muslim yang lekat dengan masyarakat adalah merek Rabbani, Dannis, Zoya, Azka, Almadani dan Shafira.²² Merek tersebut memiliki keunikan design dan mampu memberikan sentuhan kelas untuk menunjukkan identitas diri sang pemakai.

Aspek opinion (pendapat) yaitu pandangan dan perasaan seseorang dalam menanggapi isu-isu global, local, moral, ekonomi dan social. Pandangan generasi millennial menanggapi isu global dikaji dari peran serta generasi milenial dalam eksistensinya di media social. Media social menjadi sarana untuk bertukar pikiran dan menghasilkan gerakan perubahan. Untuk mengarah pada hal yang positif maka generasi milenial perlu ikut serta menyuarakan gerakan perubahan dalam kajian halal lifestyle.

Penggunaan media social generasi millennial disebutkan mencapai 49,52% dari total pengguna internet sejumlah 143,26 juta.²³ Dalam penggunaan media social mampu menggiring sebuah opini yang mempengaruhi masyarakat terkait isu-isu yang sedang terjadi. Apabila hal ini diarahkan dalam isu pembentukan pasar ekonomi halal, maka generasi millennial akan mampu mempengaruhi sebuah gerakan perubahan besar dan menghasilkan suatu kebijakan. Hal tersebut dipengaruhi oleh karakter generasi millennial yang cenderung kritis. Terdapat beberapa gerakan perubahan besar yang mampu membentuk pasar ekonomi halal seperti: ajakan untuk berhijrah menggunakan busana muslim, ajakan untuk membentuk pariwisata halal.

²¹ KPPPA, Profil Generasi Millennial, 2018, halaman 18.

²² Melda Hidayanti, dkk. “Trend Perubahan Gaya Hidup Muslim”, Prosiding Seminar Nasional ASBIS 2018, Poltek Banjarmasin, 2018, ISSN 2541-6014 (Cetak), ISSN 2541-6022 (Online)Halaman 309.

²³ www.kemenpppa.go.id, Profil Generasi Milenial, halaman 131.

Dalam opini dipengaruhi oleh kepribadian diri, produk, dan budaya. Sehingga dalam membentuk pasar ekonomi halal, sebuah industry harus mampu menyentuh aspek tersebut. Hal ini selaras dengan penjelasan faktor pendukung industry ekonomi syariah yaitu perlunya dukungan berupa pandangan konsumen tentang produk halal yang tidak terbatas pada pandangan agama, tetapi juga kualitas produk Branding Halal.²⁴

Untuk membentuk pasar ekonomi halal, maka perlu adanya kepastian dalam jaring perdagangannya dimulai dari produksi, distribusi dan konsumsi. Kegiatan tersebut perlu mempertimbangkan panduan halal. Di sisi lain, kondisi permintaan pasar perlu dipenuhi oleh pasar secara maksimal.

Pasarekonomi islam(industry halal)diprediksi akanmengalami peningkatan cukup fantastis selama rentang waktu tahun 2017 hingga tahun 2023. Artinya pada masa tersebut, kontribusi ekonomi suatu generasi (millennial) cukup diperhitungkan. Gaya hidup generasi millennial dapat diterapkan dalam perannya sebagai konsumen yang cerdas dengan menggunakan pertimbangan kehalalan produk. Gaya hidup konsumen terhadap produk halal sudah menjadi suatu konsep universal. Artinya industry halal akan mampu mempengaruhi terhadap pertumbuhan ekonomi suatu wilayah.

Gaya hidup generasi milenial dalam kerangka pasar ekonomi halal perlu dikaji pula melalui arah perekonomian Indonesia sebagaimana dalam “Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019 – 2024”. Disebutkan bahwa pengembangan ekonomi syariah di Indonesia harus memperhatikan profil konsumen yaitu generasi milenial menjadi pemain kunci dalam perkembangan ekonomi di seluruh dunia di abad 21.²⁵

Di Indonesia lembaga-lembaga yang terkait untuk mendukung industry halal diantaranya adalah Bank Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Makanan. Selain itu telah terbit Peraturan tentang Jaminan Produk Halal (UU Nomor 33 Tahun 2014). Sehingga secara tidak langsung Negara sudah memberi kepastian terhadap status kehalalan produk di Indonesia. Langkah selanjutnya adalah sejauh mana generasi milenial mampu merubah gaya hidupnya untuk sesuai dengan industry halal di Indonesia.

²⁴ The state of the Global Islamic Economy Report 2018/2019

²⁵ Masterplan ekonomi syariah Indonesia 2019 – 2024, halaman 17.

Sektor pariwisata halal dapat ditingkatkan melalui peningkatan jasa travel yang mengakomodir kebutuhan ibadah muslim, ketersediaan informasi travel, kemudahan akses, komunikasi, lingkungan dan pelayanan.²⁶ Berdasarkan hal tersebut, maka generasi millennial harus memilih jasa travel yang sesuai kebutuhan muslim, memilih akses informasi wisata halal melalui layanan aplikasi yang mudah. Generasi milenial juga mampu menuliskan opininya tentang wisata halal yang telah dipilihnya melalui media social, sebagaimana paparan di awal. Melalui opini tersebut, akan menimbulkan kelompok referensi terhadap pengalaman atas jasa yang telah dinikmatinya. Generasi milenial meningkatkan kesadarannya dalam berwisata halal melalui pemahaman atas Fatwa DSN MUI No.108/ DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, Mengetahui tentang Logo Halal Tourism Indonesia dan Logo Pariwisata Halal Indonesia.

Sektor Media dan Rekreasi Halal, meliputi industry produksi film, games, music dan penerbitan. Sebagai generasi milenial yang memiliki gaya hidup halal, maka perlu memahami tentang peningkatan kualitas diri dan peraturan yang terkait ini. Generasi milenial mampu berkontribusi menjadi seorang pemain film yang bernafaskan program TV islami, mengalokasikan pendapatannya dalam investas films islami, melakukan pembiayaan syariah di bidang perfilman, menggambarkan Islam di berbagai media massa, game dan aplikasi, dan melakukan dakwah melalui media film, menjadi pelaku ekonomi kreatif. Saat ini mulai berkembang aplikasi yang memuat konten islami. Bermunculan pula aliran music yang lebih religious. Generasi milenial mulai memilih tayangan film yang cenderung religi seperti film documenter tokoh Islam dan pondok pesantren.

Sektor farmasi dan kosmetik halal membutuhkan informasi kejelasan terkait bahan dasar pembuatan yang sesuai dengan syariat Islam. Generasi millennial mengakses jaminan produk halal UU no 33 tahun 2014, dan memilih barang impor yang sesuai panduan halal. Generasi milenial melakukan pemilihan untuk mendapatkan produk farmasi dan kosmetik halal yaitu memastikan channel perolehan barang yang amanah, mengetahui kualitas produk tersebut, memilih produk yang memiliki label halal MUI dan Dinas Kesehatan, menggunakan produk sesuai takaran, terhindar dari

²⁶ Master Plan Ekonomi Syariah, halaman 71

kandungan haram. Sebagai generasi milenial yang mengikuti teknologi, maka Sektor farmasi dan kosmetik digunakan sesuai kadarnya (prinsip thoyyiban). Generasi milenial memanfaatkan internet melalui penggunaan media social untuk membentuk akun yang membahas kehalalan produk farmasi dan kosmetik. Selain itu, apabila generasi milenial sebagai seorang akademisi/peneliti, maka perolehan informasi halal produk atas farmasi dan kosmetik yaitu dengan melakukan pengujian terhadap bahan baku produk tersebut.

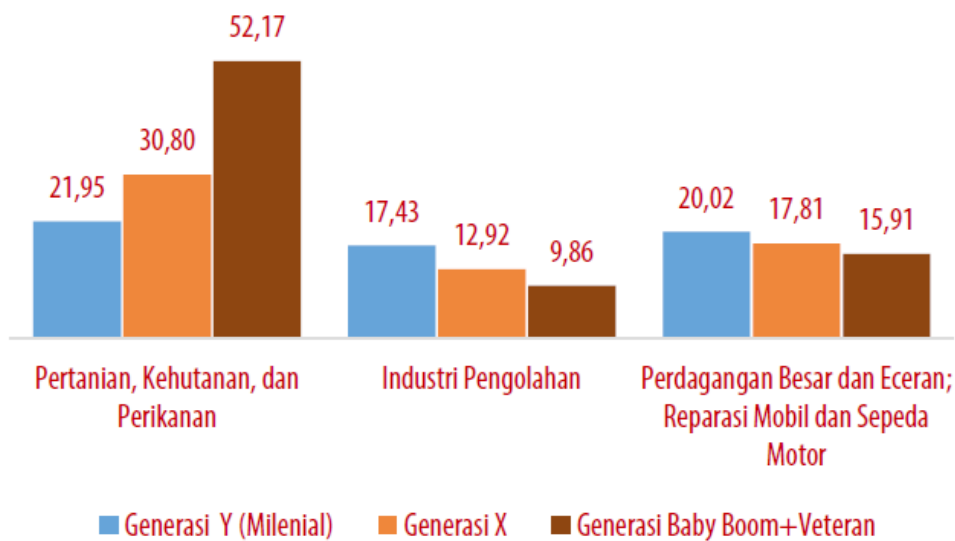
Sektor makanan dan minuman halal, merupakan Sektor yang cukup rumit. Dalam Sektor ini terdapat banyak pertimbangan. Seperti informasi bahan baku, pengolahan, jaminan distribusi dalam hal pergudangan, pengepakan, pendinginan. Sektor ini meliputi bahan baku, teknologi, manufaktur, distribusi dan komersialisasi, serta promosi.²⁷ Sektor ini berkaitan dengan bahan baku (pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, dan hasil laut). Teknologi yang dibutuhkan dalam hal ini adalah teknologi pengolahan bahan, rumah potong hewan, teknologi pertanian bio industry. Manufaktur yang dibutuhkan adalah industry makanan kemasan, industry pengolahan makanan kemasan, pengolahan daging, makanan laut, dan pengolahan sereal, tepung, kakao. Aspek distribusi meliputi logistic, chanel (wholesale, retail, online). Sedangkan aspek promosi meliputi media, pameran, kerjasama dan zonasi.

Sektor makanan dan minuman halal memiliki regulasi jaminan halal berupa UU Nomor 33/ 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan Panduan Sertifikasi Halal yang dikeluarkan oleh MUI yaitu Requirement of Halal Certification HAS 23000, dan jaminan halal produksi pertanian.²⁸

Berdasarkan paparan di atas, generasi milenial mampu berkontribusi di pilihan/ jenis pekerjaan. Generasi milenial dapat berkontribusi pada bidang teknologi dan manufaktur.

²⁷ Masterplan, halaman 56

²⁸ Masterplan, halaman 59.



Berdasarkan hal di atas, maka semakin banyak prosentasi generasi milenial memilih industry pengolahan dalam jenis pekerjaan, maka Sektor manufaktur dan teknologi dalam industry halal akan semakin menguat. Sedangkan bidang bahan baku lebih didominasi oleh generasi baby boom dan veteran. Secara umum, grafik di atas menunjukkan bahwa generasi milenial mampu memberi kontribusi di bidang pemilihan pekerjaan di semua lini yaitu pertanian, industry pengolahan dan channel (retailer). Generasi millennial yang bekerja di bidang perdagangan besar dan eceran, cenderung menghasilkan usaha online. Perkembangan digital di Indonesia mampu dimanfaatkan generasi milenial untuk berinovasi dalam usaha.

Gaya hidup generasi millennial tidak dimaknai sebagai suatu yang bersifat konsumtif tetapi juga produktif. Sehingga pembentukan pasar ekonomi halal dapat tercipta dengan baik. Pembentukan rantai halal dan penyiapan masyarakat akan membantu ekosistem ekonomi halal di Indonesia. Pada akhirnya gaya hidup generasi millennial Indonesia yang bertumpu pada nilai produk dan jasa halal akan memperkuat ekonomi bangsa. Menjadikan Indonesia sebagai kiblat industry halal secara global.

E. Kesimpulan

Lifestyle (gaya hidup) generasi millennial dalam kerangka pasar ekonomi islam, diwujudkan dalam perannya di berbagai bidang pekerjaan, kemampuan menguasai teknologi yang selaras dengan industry halal, pengalokasian penghasilan di keuangan syariah, pembentukan opini tentang industry halal

di media social dan memahami tentang regulasi produk halal. Gaya hidup tersebut akan membentuk rantai permintaan dan penawaran yang bagus untuk memperkokoh pertumbuhan ekonomi suatu wilayah khususnya ekonomi halal yang dicanangkan pemerintah Indonesia.

Daftar Pustaka

- Hendariningrum, Retno. "Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi"
Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 6 Nomor 2, Mei-Agustus 2008, halaman 25.
- Hidayanti, Melda dkk. "Trend Perubahan Gaya Hidup Muslim", Prosiding
Seminar Nasional ASBIS 2018, Poltek Banjarmasin, 2018, ISSN 2541-6014
(Cetak), ISSN 2541-6022 (Online)Halaman 303.
- Kotler, Philip. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga, 2008.
- KPPA dan BPS, Profil Generasi Millennial. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan
Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018.
- Masterplan ekonomi syariah Indonesia 2019 – 2024.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Yogyakarta: UPFE UMY,
2003.
- Report KNKS tahun 2018
- Rini Rinawati, "Lifestyle Muslimah", Jurnal Mediator, Vol. 8 No.1 Juni 2007,
Halaman 71.
- The State of the Global Islamic Economy Report 2018/ 2019.
- Wijaya, Darma .“Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan
Pembelian”, Jurnal Perspektif, Vol. XV, No. 2 September 2017, halaman 82.
- www.BI.go.id, SNLKI Revisit 2017
- www.bps.go.id/ angka pengangguran agustus 2019
- www.halalmui.org
- www.kemenpppa.go.id, Profil Generasi Milenial, 2018
- Yulianti, Yanti dan Yosini Deliana, "Gaya Hidup kaitannya dengan keputusan
konsumen dalam membeli minuman kopi" Jurnal AGRISEP Vol. 17 No. 1
Maret 2018 Hal: 39 – 50, halaman 41