



# ABHATS

Jurnal Islam Ulil Albab



**Vol. 5 No. 1. Maret 2024**

# ABHATS

ISSN 2747-0474

**Jurnal Islam Ulil Albab**  
**Vol. 5 No. 1. Maret 2024**

## **Editor in Chief**

Dr. Tamyiz Mukharrom, M.A. *Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia*

## **Managing Editors**

Suyanto Thohari, *Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia*

Fuat Hasanudin, Lc., MA., *Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia*

## **Editorial Boards**

Dr. H. Abdul Fatah, *UIN Mataram, NTB, Indonesia*

Dr. Fahrurozi, M.Ag, *UIN Walisongo, Semarang,*

*Indonesia* Ali Abdul Moeniem, *Ma'had Maqasid Indonesia*

Dr. Bakri Ahmed Mohamed Khatir, *Yogyakarta, Indonesia*

Dr. Yusdani, M.Ag., *Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia*

Dr. Drs. Rohidin S.H., M.Ag., *Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia*

Dr. Muhammad Zainal Abidin, M.Ag. *UIN Antasari Banjarmasin, Indonesia*

## **Assistant to Editors**

Sofyan Ashari Nur, SE., MM.

## **Administration Staff**

Muhammad Anas, S.Pd.I

Julfiani Ja'far, S.St

Yahya Asidiq SE

Nurul Kharisma, SE

## **Distribution Staff**

Yulia Indah Sari Nasution

**ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab** merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan dua kali dalam satu tahun oleh Direktorat Pondok Pesantren Universitas Islam Indonesia. Jurnal ini berfokus pada kajian epistemologi keilmuan sebagai upaya membangun konsep integrasi ilmu pengetahuan. Dengan berlandaskan visi, inovatif dan kreatif dalam mengungkap epistemologi keilmuan Islam, serta memiliki misi, mewujudkan integrasi ilmu pengetahuan, mengungkap epistemologi nalar dalam pengembangan ilmu pengetahuan, meningkatkan kualifikasi pemahaman ilmu pengetahuan, meningkatkan budaya kajian ilmu pengetahuan, memperkuat pengembangan metodologi ilmu pengetahuan.

**ABHATS Editorial Office**

Jl. Selokan Mataram, Depok, Sleman, Yogyakarta

T. +62 274 898444

E. [abhatsjurnal@gmail.com](mailto:abhatsjurnal@gmail.com)

W. [journal.uui.ac.id/Abhats](http://journal.uui.ac.id/Abhats)



## DAFTAR ISI

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Kosmetik: Studi Kasus Pada Produk Kosmetik Impor Legal Namun Belum Berlabel Halal</b> - Budiyati Setyaningsih, Albari   | <b>1</b>  |
| <b>Otoritarianisme dan Kemandegan Falsafah Di Dunia Islam: Peran Imam Abu Hamid Al-Ghazali Dalam Patronase Ulama-Negara dan Pengaruhnya Kepada Kemandegan Tradisi Falsafah Di Dunia Islam</b> – Farhan al Fuadi, Miftahul Ulum | <b>23</b> |
| <b>Korean Wave, Kesadaran Halal dan Literasi Halal Pada Konsumen Makanan Korea: Studi Kasus Generasi Z di Yogyakarta</b> – Adam Yazly Putra, Fitri Eka Aliyanti  | <b>36</b> |
| <b>Kesejahteraan Karyawan Koperasi Simpan Pinjam Dalam Perspektif Ekonomi Islam</b> – Anas, Muhlis Masin   | <b>49</b> |
| <b>Peradaban Islam Dalam Teknik Sipil</b> – Novita Kristianti, Mukhsin Achmad  | <b>67</b> |

# Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Kosmetik: Studi Kasus Pada Produk Kosmetik Impor Legal Namun Belum Berlabel Halal

Budiyati Setyaningsih<sup>1</sup>, Albari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Departemen Manajemen, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

## INFO ARTIKEL

Received: 26 October 2023  
Accepted: 27 March 2024  
Published: 31 March 2024

## Email Penulis:

<sup>1</sup> 20911060@students.uui.ac.id

<sup>2</sup> albari@uui.ac.id

## ABSTRAK

*Skincare merupakan salah satu industri yang sedang tumbuh pesat di Indonesia. Produk impor mulai memasuki pasar Indonesia akan tetapi beberapa diantaranya masih belum berlabel halal. Kondisi tersebut menimbulkan kebingungan bagi masyarakat muslim dalam pembelian skincare. Walaupun demikian beberapa masyarakat muslim tetap melakukan pembelian terhadap skincare impor yang belum berlabel halal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat beli konsumen muslim terhadap produk kosmetik impor yang sudah legal akan tetapi belum berlabel halal. Analisis dalam penelitian ini mencakup pengaruh iklan, negara asal dan gaya hidup terhadap minat beli masyarakat. Sampel dalam penelitian ini adalah 200 masyarakat pengguna skincare impor. Penelitian ini dianalisis secara kuantitatif dengan metode structural equation model dengan software AMOS. Hasil analisis menunjukkan bahwa minat beli skincare dipengaruhi oleh gaya hidup sedangkan iklan dan negara asal tidak berpengaruh. Selanjutnya ditemukan bahwa gaya hidup dipengaruhi oleh iklan skincare dan negara asal skincare. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan dalam memahami pemasaran skincare impor di Indonesia. Disisi lain penelitian ini menunjukkan perlunya penekanan pada pengurusan label halal bagi produk skincare yang dijual di Indonesia.*

*Keywords: Label halal, skincare, minat beli, iklan, gaya hidup, negara asal*

## A. Pendahuluan

Salah satu negara yang mayoritas warganya beragama Islam dan sekaligus menempati urutan kedua di dunia adalah Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia diproyeksikan sebanyak 275,77 juta jiwa pada 2022. Jumlah tersebut naik 1,13% dibandingkan pada tahun lalu yang sebanyak 272,68 juta jiwa (Rizaty, 2022). Sedangkan berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021 (Bayu, 2022). Maka dapat disimpulkan mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Dengan jumlah penduduk muslim yang begitu besar, membuat umat Islam menjadi pasar potensial untuk dimasuki. Hal ini tentu akan menjadi hal yang menarik yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha industri dan pemasar khususnya di wilayah Indonesia dan secara global pada umumnya.

Dengan peningkatan jumlah penduduk muslim di Indonesia, maka regulasi terkait proses impor semakin diperketat dan pelaksanaannya semakin dimasifkan. Tidak hanya di Indonesia, regulasi secara global pun telah terbit adanya inisiatif harmonisasi standar dan akreditasi halal

global. Fungsi dari regulasi ini adalah melindungi umat Islam dari produk yang tidak halal atau tidak jelas statusnya (Limenta et al., 2017).

Laporan Keuangan Islam Global 2013 mengidentifikasi empat fase evolusi halal. Fase 1, jaminan halal didasarkan pada kepercayaan pada tahap pertama. Misalnya, seorang Muslim mempercayai produk yang dibeli dari Muslim lain. Kemudian fase 2, jaminan didasarkan pada sertifikasi halal yang tertera pada label pada produk. Fase 3, kepercayaan diperoleh dengan memberikan jaminan bahwa seluruh rantai pasokan (seperti logistik halal/sistem manajemen rantai pasokan) sesuai dengan hukum Syariah yang diaudit dan disertifikasi oleh otoritas sertifikasi Islam. Fase 4, mengacu pada rantai nilai halal di mana perusahaan multinasional makanan Islami dapat mengontrol seluruh rantai pasokan dari *'farm to fork'*.

Sesuai dengan hasil Survei Sadar Halal Generasi Muslim Milenial yang dilakukan oleh Fauziah (2021) dan diterbitkan oleh Badan Litbang dan Diklat Kemenag RI, menunjukkan bahwa komponen sadar halal syar'i yakni bentuk kesadaran yang berlandaskan pada keyakinan, pengetahuan, preferensi dan label, komponen ini menjadi indeks capaian sadar halal yang tertinggi yakni 90.32. Untuk memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi umat muslim, maka dibuatlah aturan terkait dengan jaminan produk halal. Hal tersebut telah diatur oleh Undang-Undang.

Namun dari banyaknya faktor pendorong dan aturan yang telah ditetapkan baik dari dalam negeri dan luar negeri tentang keberadaan produk halal, fakta yang ada ternyata berbeda dari yang diharapkan. Dari data yang disampaikan oleh Direktur Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) pada tahun 2019, jumlah produk yang telah dinyatakan halal baru sebanyak 688.615 buah atau baru sekitar 10% dari total produk yang beredar di Indonesia (Petriella, 2019). Angka ini tentulah masih sangat jauh dari total jumlah produk yang beredar dan perusahaan yang ada di Indonesia saat ini. Tidak hanya ditinjau dari segi produk, jika ditinjau dari segi konsumen yang memilih produk yang belum berlabel halal pun masih cukup tinggi. Studi yang pernah dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa dari 30 muslimah milenial, hanya 12 yang pernah mengkonsumsi halal produk kosmetik. Dengan demikian, kurang dari setengah dari mereka yang memperhatikan sifat halal dari produk kosmetik yang mereka beli (Handriana et al., 2020).

Dari penelitian Minkus-McKenna (2007) menunjukkan bahwa 70 persen dari semua muslim di seluruh dunia telah memilih produk berdasarkan hukum Islam (Al-Kwif et al., 2019). Artinya masih ada 30 persen muslim di seluruh dunia yang memilih produk tanpa menggunakan prinsip-prinsip Islam. Hasil yang sama muncul ketika gambar halal menunjukkan daging mentah dan dimasak. Variasi hasil tersebut mungkin disebabkan oleh sensitivitas emosional konsumen muslim yang tinggi untuk menggunakan produk berdasarkan hukum Islam (Al-Kwif et al., 2019). Artinya secara alamiah seharusnya seorang muslim lebih cenderung memilih produk yang jelas kehalalannya. Dan secara pelaksanaan, pernyataan kehalalan sebuah produk dibuktikan dengan adanya label halal dalam kemasan produk tersebut sesuai dengan aturan Undang-Undang. Lantas bagaimana dengan kesadaran kehalalan dari produk yang digunakan oleh masyarakat muslim, penelitian terkait hal tersebut juga telah ada.

Hasil penelitian Idris et al., (2021) menunjukkan bahwa pemahaman dan kesadaran akan produk kosmetik halal masih kurang dibandingkan dengan produk makanan halal. Namun Jihan & Rosidah (2014) dalam penelitiannya tentang kesadaran wanita tentang kosmetik halal masih rendah. Akibatnya permintaan dan peredaran produk tersebut juga masih terus ada di kalangan masyarakat (Ishak et al., 2019). Produk impor yang belum berlabel halal tersebut cukup digemari dan digunakan oleh masyarakat. Padahal Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia yang harus dilindungi haknya untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk halal sebagaimana yang diwajibkan oleh syariat Islam. Jika produk tersebut diproduksi di negara non muslim, maka seharusnya tingkat penerimaan dan kewaspadaan terhadap sebuah produk lebih besar atas kehalalan

di dalamnya. Hal ini berdasarkan penelitian Frost (2007), Sesuai persepsi umum, merek-merek yang diproduksi negara asal muslim dianggap halal dan cepat diadopsi oleh umat Islam.

Namun jika merek tersebut diproduksi atau dikembangkan di negara non-Muslim, hal itu dapat menjadi kendala dalam pengambilan keputusan bagi seorang Muslim. Karena umat Islam mengadopsi produk-produk yang halal (Jumani & Sukhabot, 2020). Pembelian yang dilakukan terhadap dua produk tersebut, bisa jadi karena disebabkan iklan yang pernah mereka lihat sebelumnya. Teori Kotler & Keller (2007), iklan memiliki pengaruh terhadap minat beli, iklan adalah salah satu faktor yang mendorong minat beli suatu produk. Iklan adalah segala bentuk presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Sebelum keputusan pembelian dibuat, pelanggan dapat menilai sejauh mana daya tarik iklan, siapa *influencer* yang digunakan dalam pemasaran dan mereka dapat melakukan peninjauan terhadap katalog yang ada (Arief et al., 2023)

Hal lain yang mungkin menjadi faktor minat pembelian produk tersebut bisa jadi dipengaruhi oleh Gaya hidup. Teori Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam bereaksi dan berinteraksi di dunia yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup dibagi menjadi tiga menurut Subandy yakni gaya hidup mandiri, hedonis, dan konsumtif (Pramudi, 2015). Di mana gaya hidup akan mempengaruhi seseorang dalam membuat berbagai keputusan termasuk keputusan pembelian (Faadhilah, F. N., 2018). Harmen Shah, Faridah Yusof (2014) menuliskan bahwa industri halal memiliki potensi yang luar biasa tetapi saat ini dibayangi oleh banyak masalah seperti kurangnya kerangka peraturan khusus yang mengatur produk halal, terutama di sebagian besar negara di dunia dan tingkat kesadaran halal yang tidak merata di antara konsumen muslim (Peristiwo, H., 2019).

## **B. Kajian Literatur**

### **Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli**

Iklan yang cukup gencar dari produk SBM dan INS membuat produk ini semakin dikenal masyarakat. Beberapa aktor dan aktris kenamaan pun didapat sebagai *Brand Ambassador*. Produk-produk tersebut pun selalu diperkenalkan sebagai produk dengan bahan-bahan alami dan tidak mengandung unsur hewani. Dari sekian banyak promosi yang dilakukan, akhirnya merek tersebut pada tahun 2020 masuk ke dalam lima produk terlaris di tiga *market place* yaitu shopee, tokopedia, dan bukalapak (sumber: [compas.co.id](http://compas.co.id)). Kotler dan Keller (2007) memaparkan bahwa iklan adalah salah satu faktor yang mendorong minat beli suatu produk. Iklan adalah segala bentuk presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar.

Hasil penelitian Duffett (2015) mengkonfirmasi bahwa iklan di Facebook memiliki pengaruh positif terhadap sikap perilaku (niat untuk membeli dan membeli) dari milenial yang tinggal di SA. Karakteristik penggunaan, durasi masuk dan insiden pembaruan profil, serta pengaruh demografis dari orientasi etnis juga menghasilkan persepsi yang lebih baik tentang iklan Facebook. Meskipun pengaruh iklan Facebook pada pembelian tidak signifikan. Gazley (2012) menunjukkan bahwa rasa suka terhadap iklan akan naik jika orang merasa bahwa iklan menyediakan sesuatu untuk dibicarakan. Sebaliknya, orang akan menganggap iklan sebagai pengganggu jika peringkat ketidaksukaan iklan yang lebih tinggi. Hasil juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang erat antara menyukai/ tidak menyukai iklan televisi dan membeli lebih banyak/ lebih sedikit produk yang diiklankan. Namun, ada perbedaan antara wilayah di Asia. Dari perspektif Asia menunjukkan bahwa sekitar 60 persen responden menyampaikan kesukaan terhadap iklan memiliki hubungan dengan niat membeli. Hasil survei tersebut didapat dari lima negara yang berbeda.

Dalam kategori produk yang pernah dibeli dan digunakan oleh masyarakat Indonesia, INS meraih 19.8 % suara dan SBM meraih 6,2 % .(Fatina et al. ,2022). Jika dilihat dari akun Tiktok, produk iklan SBM berhasil menempati urutan pertama dengan jumlah *hashtag view* sebanyak 33

juta. Pembelian yang dilakukan terhadap dua produk tersebut, bisa jadi karena disebabkan iklan yang pernah mereka lihat sebelumnya. Teori Kotler & Keller (2007), iklan memiliki pengaruh terhadap minat beli, iklan adalah salah satu faktor yang mendorong minat beli suatu produk. Iklan adalah segala bentuk presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Sebelum keputusan pembelian dibuat, pelanggan dapat menilai sejauh mana daya tarik iklan, siapa *influencer* yang digunakan dalam pemasaran dan mereka dapat melakukan peninjauan terhadap katalog yang ada (Arief et al., 2023). Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Iklan berpengaruh positif terhadap minat beli produk kosmetik impor yang belum berlabel halal BPJPH

### **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli**

Gaya hidup remaja saat ini sepertinya selalu mengalami perubahan dengan cepat sesuai tren yang sedang berjalan. Terlalu bergengsi dan sering mengikuti gaya idolanya yang terkesan berlebihan. Gaya hidup juga dapat diartikan sebagai seni yang dipupuk oleh setiap orang (Fathurrahman & Anggesti, 2021; Yusuf et al. 2022). Gaya hidup erat kaitannya dengan waktu dan teknologi (Nguyen et al. 2022). Semakin modern zaman dan semakin canggihnya teknologi, semakin luas penerapan gaya hidup dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Rasa ingin terlihat menarik dan kekinian, membuat para perempuan dan laki-laki menggunakan produk-produk yang sedang hit dikalangan mereka (Tangsupwattana & liu, 2017).

Banyak penelitian yang mengusulkan cara terkait penilaian gaya hidup. Banyak peneliti mengembangkan beberapa instrumen dari waktu ke waktu untuk mengukur variabel psikografis seperti AIO (aktivitas, minat, dan opini), VALS (nilai dan gaya hidup), daftar nilai (LOV) dan RVS (sistem nilai Rockeach) (Ahmad et al., 2012). Studi menunjukkan bahwa kepribadian konsumen, pengalaman pembelian masa lalu, usia serta gaya hidupnya mempengaruhi pengambilan keputusannya (Adnan et al., 2017). Hal ini lah yang semakin meyakinkan penulis bahwa variabel gaya hidup memang layak menjadi variabel penelitian ini.

Hampir semua orang menyukai semua hal yang dapat menunjang penampilan mereka, baik untuk kegiatan sehari-hari ataupun pada acara-acara tertentu. Dan biasanya sesuatu yang sedang menjadi tren, pembicaraan, atau hasil *review* dari banyak orang (Kassim & Zain, 2016). Bahkan bermunculan komunitas pecinta sebuah produk karena *addicted* dengan produk tersebut. Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam bereaksi dan berinteraksi di dunia yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup dibagi menjadi tiga menurut Subandy yakni gaya hidup mandiri, hedonis, dan konsumtif (Pramudi, 2015). Di mana gaya hidup akan mempengaruhi seseorang dalam membuat berbagai keputusan termasuk keputusan pembelian (Faadhilah, 2018). Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap minat beli produk kosmetik impor yang belum berlabel Halal

### **Pengaruh Negara Asal Produk Terhadap Minat Beli**

Negara asal adalah salah satu hal yang digunakan dalam mengevaluasi sebuah merek. Dan biasanya keyakinan akan negara asal tersebut memberi citra positif atau negatif atas produk yang baru pertama kali dilihat oleh konsumen (Sharma & Kaur, 2020). Persepsi konsumen tersebut pada akhirnya akan menciptakan minat beli terhadap produk tersebut. Efek positif atau negatif dari



konsumen disebabkan kualitas yang dirasakan, keakraban dari produk-produk yang sebelumnya berasal dari negara asal yang sama dengan asal produk dan jaminan kualitas yang diberikan oleh produk yang dikeluarkan dari sebuah negara asal produk (Kumar & Gautam, 2021; Jumani & Sukhabot, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Wang & Chen (2004) justru mencatat bahwa konsumen dari negara maju memiliki sikap yang lebih baik terhadap produk dalam negeri daripada produk impor, sehingga meningkatkan dampak etnosentrisme konsumen dalam membeli produk dalam negeri dan menolak produk luar negeri. Di sisi lain, Chrysochoidis et al. (2007) telah melakukan pengamatan yang berlawanan, konsumen dari negara berkembang ditemukan lebih menyukai produk yang diimpor dari negara maju daripada yang dibuat di dalam negeri (Lee et al., 2013). Dan Indonesia masuk dalam kategori negara berkembang, sesuai dengan temuan pada penelitian sebelumnya, masyarakat cenderung lebih menyukai produk impor. Terbukti dari riset yang dilakukan oleh Marcind (2020) menempatkan produk kosmetik asal Korea Selatan pada posisi nomer 1 sebesar 57.6%.

Negara asal dinyatakan sebagai isyarat kualitas untuk keandalan, keamanan, dan daya tahan, mengurangi risiko pembelian yang dirasakan. Pentingnya sebagai isyarat kualitas terutama pada situasi pembelian ketika ada kekurangan informasi lain yang tersedia pada produk (Lobb et al., 2007). Untuk produk di bawah merek yang kurang dikenal, negara asal dapat bertindak sebagai merek itu sendiri, sehingga memungkinkan pemasar untuk memosisikan produk mereka dengan cepat dan dengan biaya yang lebih rendah. Untuk produk di bawah merek terkenal, asal cenderung kurang penting (Schaefer, 1997). Keyakinan atas kualitas produk dari suatu negara, atau keyakinan produk karena sedang demam hal-hal yang berkaitan dengan negara tersebut, demam *fan* terhadap idola nya turut memperkuat sebuah produk diterima dengan mudah oleh konsumen. Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut

H3: Hubungan Negara asal berpengaruh positif terhadap minat beli produk kosmetik impor yang belum berlabel Halal

### **Pengaruh Iklan Terhadap Gaya Hidup**

Seperti yang telah dijelaskan pada Bab I, berbagai penelitian yang dilakukan mengarah pada perubahan gaya hidup seseorang karena paparan iklan yang didapatkan dari berbagai macam media. Baik itu dampak positif atau pun negatif. Iklan sebuah produk ataupun kampanye yang dilakukan, semua mengarah pada harapan bahwa individu tertarik dan mencobanya. Pada akhirnya beberapa efek yang dihasilkan pada khalayak luas adalah menjadikan masyarakat yang konsumtif, mengubah budaya seadanya menjadi budaya serba ada, gaya hidup sehat menjadi gaya hidup instan, gaya hidup sederhana menjadi gaya hidup *branded* dan lain-lain.

Sathish & Rajamohan (2012) menuliskan bahwa gaya hidup didefinisikan sebagai aktivitas, sikap, minat, dan pendapat konsumen dan digunakan sebagai saluran untuk menghubungkan konsumen dalam kelompok gaya hidup yang ditargetkan dengan produk. Dengan menggunakan segmentasi psikografis, kampanye pemasaran akan menyelaraskan produk dengan karakteristik gaya hidup target pasar dan menciptakan rasa keterikatan yang lebih dalam dengan konsumen dengan menunjukkan aktivitas, minat, dan perilaku yang dianggap konsumen sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka (Hazari & Sethna, 2022). Dengan cara atau metode ini, maka konsumen akan merasa bahwa mereka memiliki gaya hidup yang wajar dan tidak terpapar iklan.

Iklan juga dapat digunakan sebagai media positif untuk mendukung perubahan perilaku konsumen ke arah yang lebih baik atau setidaknya meminimalkan dampak buruknya. Telah didalilkan dalam literatur periklanan bahwa pesan media massa berbeda dalam tiga dimensi: isi informasi (yaitu apa yang dikatakan); format atau gaya (yaitu bagaimana dikatakan); dan konten emosional, dan bahwa ini mempengaruhi respon afektif dan kognitif, dan akhirnya niat perilaku. Contoh yang bisa diberikan adalah bahwa ada bukti kuat kampanye media massa terkait gaya hidup sehat sebagai cara untuk memiliki berat badan ideal terbukti efektif dalam mengubah kesehatan di kalangan masyarakat dan mempromosikan sikap atau keyakinan positif terhadap perilaku yang dapat dimodifikasi, sehingga dapat membantu orang mencapai atau mempertahankan berat badan yang sehat. Yaitu dengan cara menurunkan asupan energi makanan dan meningkatkan pengeluaran energi melalui aktivitas fisik (Dixon et al., 2015). Hal ini tentunya memberikan efek positif bagi mereka yang memiliki berat badan berlebih. Untuk itulah iklan seperti ini yang diharapkan dapat terus hadir di tengah masyarakat saat ini.. Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut

H4: Iklan berpengaruh positif terhadap gaya hidup

### **Pengaruh Negara Asal Produk Terhadap Gaya Hidup**

Sejak lama masyarakat mempercayai bahwa kualitas sebuah produk tidak luput dari negara mana produk itu berasal. Hingga akhirnya hal tersebut mempengaruhi persepsi dan keputusan mereka terhadap produk tersebut. Dan untuk saat ini, efek negara asal tidak hanya muncul dari kualitas atau citra produk yang telah berhasil dibangun oleh perusahaan, namun juga dari banyaknya aktivitas yang berasal dari sebuah negara.

Luet et al. (2016) menuliskan bahwa selama beberapa dekade terakhir, COO telah menjadi salah satu topik yang paling banyak dipelajari dalam bisnis internasional dan pemasaran internasional (Chen et al., 2020). COO adalah negara produksi tempat asal artikel atau produk. Made in country mewakili tingkat perkembangan ekonomi atau teknologi suatu negara, dan memainkan peran penting dalam evaluasi kualitas produk. Efek COO, yang dikenal sebagai citra buatan, pada pembelian konsumen telah dipelajari secara ekstensif. Persepsi umum konsumen yang luas terhadap suatu negara dengan menggabungkan karakteristik nasional, latar belakang ekonomi dan politik, sejarah, tradisi, dan produk yang representatif menciptakan citra keseluruhan yang kemudian melekat pada produk negara tersebut (Shen & Wang, 2017). Singkatnya COO biasanya dikenal sebagai asal dari sebuah merek.

Seperti saat ini, demam Korea atau *Korean wave*, yang berasal dari industri K-Pop, industri perfilman Korea, industri kosmetik dan berbagai budaya yang secara tersirat disampaikan di dalamnya telah mempengaruhi bahkan telah menjadi pandemi secara global. Munculnya *fan* garis keras menjadi hal yang lumrah karena begitu banyaknya orang yang antusias dengan hal tersebut. Hal tersebut bahkan dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan besar dengan menggunakan *brand ambassador* dari artis Korea. Pada akhirnya hal tersebut mengubah bagaimana gaya hidup anak-anak, remaja hingga dewasa. Membentuk pola pikir baru pada banyak remaja, bahwa mengikuti tren adalah sebuah keharusan. Bagi kalangan menengah atas, menggunakan produk *luxury* dapat meningkatkan diharapkan ampu mengangkat status sosial mereka. Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Negara asal berpengaruh positif terhadap gaya hidup

### C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menganalisis minat beli konsumen muslim terhadap produk kosmetik impor yang sudah legal akan tetapi belum berlabel halal. Analisis dalam penelitian ini mencakup pengaruh iklan, negara asal dan gaya hidup terhadap minat beli masyarakat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu non probability sampling. Penelitian dilakukan kepada mahasiswa dan mahasiswa di wilayah Yogyakarta, dengan objek penelitian INS dan SBM.

Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa mahasiswa Islam di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Tercatat pada situs Bappeda DIY pada tahun 2022 jumlah mahasiswa mencapai 368.066 (bappeda.jogjaprovo.go.id). Teknik pengambilan jumlah sampel menggunakan teori Hair et al. (2006), ukuran sampel minimum adalah 100-200. Hair et al. menyarankan ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi (By, 2022). Total populasi mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta 371.958 pada tahun 2020. Dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden.

Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel eksogen dan 2 variabel endogen. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah Iklan (IK) dan Negara asal (NA). Adapun variabel endogen dalam penelitian ini adalah Gaya hidup (GH) dan Minat beli (MB). Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Objek penelitian adalah Mahasiswa Mahasiswi Muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner. Dalam kuesioner, hasil jawaban diukur menggunakan skala *likert* 5 poin. Z. Awang (2016) menuliskan bahwa Skala Likert umumnya digunakan dalam penelitian survei terutama dari ilmu sosial, manajemen, pemasaran. Selanjutnya analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *structural equation model* dengan software AMOS.

### D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis yang digunakan untuk melakukan pembuktian hipotesis adalah metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan software AMOS 24. Adapun urutan langkah-langkah analisis tersebut meliputi:

#### Normalitas Data

Asumsi normalitas data harus dipenuhi agar data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan SEM. Pengujian normalitas ini adalah dengan mengamati nilai *Critical Ratio* (CR) data yang digunakan, apabila nilai CR multivariate data berada di antara rentang  $\pm 2,58$ , maka data penelitian dapat dikatakan normal. Hasil uji normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel Hasil Uji Normalitas Data

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Data

| Variable | min | max | skew   | c.r.   | kurtosis | c.r.   |
|----------|-----|-----|--------|--------|----------|--------|
| IK1      | 2   | 5   | -0,248 | -1,43  | -0,163   | -0,471 |
| IK2      | 1   | 5   | -0,757 | -4,373 | 0,655    | 1,89   |
| IK3      | 1   | 5   | -0,662 | -3,82  | 0,25     | 0,723  |
| GH1      | 1   | 5   | -1,142 | -6,595 | 1,263    | 3,645  |
| GH2      | 1   | 5   | -1     | -5,774 | 1,117    | 3,224  |
| GH3      | 2   | 5   | -0,675 | -3,9   | 0,762    | 2,198  |
| GH4      | 1   | 5   | -0,61  | -3,523 | 0,016    | 0,047  |
| GH5      | 2   | 5   | -0,148 | -0,855 | -0,05    | -0,146 |
| GH6      | 1   | 5   | -0,405 | -2,337 | -0,206   | -0,594 |

| Variable     | min | max | skew   | c.r.   | kurtosis | c.r.   |
|--------------|-----|-----|--------|--------|----------|--------|
| NA1          | 1   | 5   | -0,774 | -4,471 | 0,621    | 1,793  |
| NA2          | 2   | 5   | -0,141 | -0,817 | -0,5     | -1,444 |
| NA3          | 2   | 5   | -0,991 | -5,722 | 0,824    | 2,378  |
| NA4          | 2   | 5   | -0,255 | -1,473 | -0,555   | -1,603 |
| NA5          | 1   | 5   | -1,411 | -8,144 | 2,06     | 5,948  |
| MB1          | 1   | 5   | -0,723 | -4,173 | 0,47     | 1,356  |
| MB2          | 1   | 5   | -0,663 | -3,826 | 0,257    | 0,741  |
| MB3          | 1   | 5   | -0,072 | -0,417 | -0,638   | -1,841 |
| MB4          | 1   | 5   | -0,362 | -2,089 | -0,063   | -0,181 |
| Multivariate |     |     |        |        | 110,702  | 29,173 |

Tabel hasil uji normalitas data menunjukkan bahwa nilai CR *multivariate* adalah 29,173 yang masih belum di antara + 2,58 dan - 2,58. Sehingga data pada penelitian ini dapat dikatakan belum terdistribusi normal. Hal ini bisa terjadi karena data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer sehingga dimungkinkan adanya berbagai respon yang diberikan setiap responden penelitian, oleh karena itu peneliti mencoba untuk melakukan estimasi dengan teknik Bootstrap.

Teknik *Bootstrap* dilakukan karena dalam penelitian terjadi ketidaknormalan data, maka kemudian langkah ini diambil untuk menghasilkan tambahan sampel. Karena, *bootstrap* memiliki asumsi bahwa sampel (asli) akan menghasilkan tambahan berganda berikutnya. Sehingga penelitian ini selanjutnya melakukan bootstrapping dengan uji Bollen-Stine (Fouladi, 1998; Widhiarso, 2012).

Tabel 2. Analisis *Bollen-Stine*

| <b>Bollen-Stine Bootstrap (Default model)</b>  |
|--|
| The model fit better in 15 bootstrap samples.  |
| It fit about equally well in 0 bootstrap samples.                                      |
| It fit worse or failed to fit in 0 bootstrap samples.                                  |
| Testing the null hypothesis that the model is correct, Bollen-Stine bootstrap p = ,063 |

Hasil output dengan teknik bootstrapping menunjukkan nilai *Bollen-Stine Bootstrap* p = 0,063. Hasil *Bollen-Stine Bootstrap* di atas 0,050 menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan antara data asli dan data bootstrapping maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal dan dapat dilakukan uji berikutnya.

### Analisa Model Pengukuran

Pada tahap ini dilakukan kelayakan variabel dari berbagai kriteria goodness of fit. Berikut hasil analisis *Goodness of Fit* pada setiap variabel sebagaimana ditunjukkan pada tabel Hasil *Goodness of Fit* per Variabel

Tabel 3. Hasil *Goodness of Fit* per Variabel

| Variabel | Chi-Square | P     | GFI   | RMSEA | CFI   | TLI   |
|----------|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| IK       | 0,159      | 0,690 | 0,999 | 0,00  | 1     | 1     |
| NA       | 1,575      | 0,209 | 0,996 | 0,054 | 0,997 | 0,983 |
| GH       | 0,008      | 0,930 | 1,000 | 0,00  | 1     | 1,036 |
| MB       | 5,795      | 0,055 | 0,985 | 0,098 | 0,987 | 0,962 |

Analisis goodness of fit pada tahap ini menggunakan 6 kriteria yaitu *chi-square*, *probability*, RMSEA, GFI, CFI dan TLI. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada kriteria *chi-square cut off value* atau syaratnya adalah kecil dengan nilai  $P > 0,05$  nilai pada semua variabel sudah menunjukkan hasil kecil dengan nilai  $P > 0,05$  sehingga semua variabel telah memenuhi kriteria *chi square*. Selanjutnya pada kriteria *probability cut off value* atau syaratnya adalah  $> 0,05$  nilai pada semua variabel sudah menunjukkan nilai  $> 0,05$  sehingga semua variabel telah memenuhi kriteria *probability*.

Kriteria selanjutnya adalah RMSEA dengan syarat nilai  $< 0,080$ . Hasil menunjukkan bahwa variabel IK, NA dan GH sudah memenuhi nilai  $< 0,08$  akan tetapi variabel MB memiliki nilai 0,098. Menurut Hair et al. (2010) jika nilai RMSEA masih  $< 0,1$  walaupun  $> 0,08$  maka dapat digolongkan marginal fit dan masih bisa ditoleransi. Sehingga semua variabel pada penelitian ini sudah memenuhi kriteria RMSEA. Kriteria selanjutnya adalah GFI, CFI dan TLI dengan syarat yang sama yaitu  $> 0,9$ . Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel telah memiliki nilai GFI, CFI dan TLI  $> 0,9$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini telah fit atau lolos uji kriteria *goodness of fit*.

### Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Menurut Hair et al. (2010) angka minimal dari faktor loading adalah  $\geq 0,5$  atau idealnya  $\geq 0,7$ . Apabila terdapat nilai yang masih di bawah 0,5 maka akan dikeluarkan dari analisis. Dengan nilai loading faktor pada Tabel Nilai loading factor

Tabel 4. Nilai loading factor

| Indikator | Standar Loading | Cut Off | Keterangan  |
|-----------|-----------------|---------|-------------|
| IK1       | 0,613           | 0,5     | Valid       |
| IK2       | 0,827           | 0,5     | Valid       |
| IK3       | 0,827           | 0,5     | Valid       |
| GH1       | 0,549           | 0,5     | Valid       |
| GH2       | 0,649           | 0,5     | Valid       |
| GH3       | 0,493           | 0,5     | Tidak Valid |
| GH4       | 0,597           | 0,5     | Valid       |
| GH5       | 0,663           | 0,5     | Valid       |
| GH6       | 0,389           | 0,5     | Tidak Valid |
| NA1       | 0,805           | 0,5     | Valid       |
| NA2       | 0,723           | 0,5     | Valid       |
| NA3       | 0,582           | 0,5     | Valid       |
| NA4       | 0,567           | 0,5     | Valid       |
| NA5       | 0,292           | 0,5     | Tidak Valid |
| MB1       | 0,716           | 0,5     | Valid       |
| MB2       | 0,781           | 0,5     | Valid       |
| MB3       | 0,768           | 0,5     | Valid       |
| MB4       | 0,736           | 0,5     | Valid       |

Dari tabel Nilai loading factor diketahui bahwa masih terdapat 3 indikator yang tidak valid yaitu GH3, GH6 dan NA5. Indikator yang tidak valid harus di drop dari analisis kemudian dilakukan analisis ulang menggunakan data yang tersisa. Hasil analisis yang kedua ditunjukkan pada tabel Nilai loading factor yang kedua.

Tabel 5. Nilai loading factor yang kedua

| Indikator | Standar Loading | Cut Off | Keterangan |
|-----------|-----------------|---------|------------|
| IK1       | 0,612           | 0,5     | Valid      |
| IK2       | 0,829           | 0,5     | Valid      |
| IK3       | 0,827           | 0,5     | Valid      |
| GH1       | 0,604           | 0,5     | Valid      |
| GH2       | 0,674           | 0,5     | Valid      |
| GH4       | 0,597           | 0,5     | Valid      |
| GH5       | 0,632           | 0,5     | Valid      |
| NA1       | 0,809           | 0,5     | Valid      |
| NA2       | 0,73            | 0,5     | Valid      |
| NA3       | 0,583           | 0,5     | Valid      |
| NA4       | 0,571           | 0,5     | Valid      |
| MB1       | 0,715           | 0,5     | Valid      |
| MB2       | 0,78            | 0,5     | Valid      |
| MB3       | 0,771           | 0,5     | Valid      |
| MB4       | 0,736           | 0,5     | Valid      |

Dari pengujian validitas yang kedua ditemukan bahwa semua indikator memiliki nilai loading faktor  $> 0,5$  sesuai kriteria yang diharapkan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator dalam penelitian ini valid.

### Uji Reliabilitas

Koefisien reliabilitas berkisar antara 0-1 sehingga semakin tinggi koefisien (mendekati angka 1), semakin reliabel alat ukur tersebut. Reliabilitas konstruk yang baik jika nilai *construct reliability*  $> 0,7$  dan nilai *variance extracted*-nya  $> 0,5$  (Yamin & Kurniawan, 2009). Dari hasil penghitungan maka diperoleh hasil Uji Reliabilitas pada Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

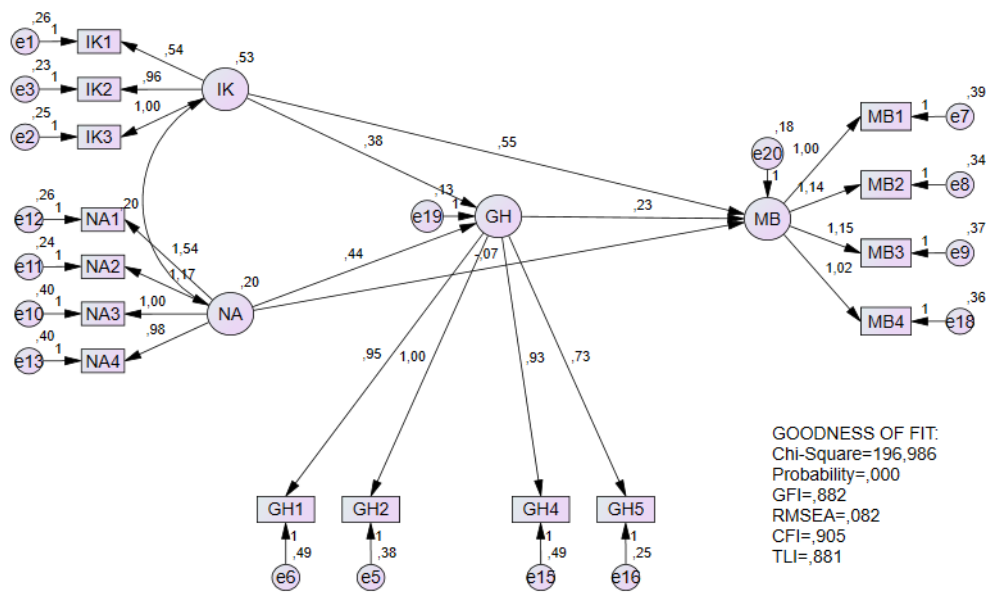
| Variabel | Construct Reliability | Variance extracted |
|----------|-----------------------|--------------------|
| IK       | 0,8                   | 0,6                |
| NA       | 0,8                   | 0,5                |
| GH       | 0,7                   | 0,4                |
| MB       | 0,8                   | 0,6                |

Validitas konstruk dalam penelitian ini dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai *variance extracted*  $> 0,5$ . Hasil menunjukkan bahwa terdapat variabel yang memiliki nilai *variance extracted* 0,4 yaitu GH. Akan tetapi menurut Lam (2012; Ingle & Mahesh (2020) nilai AVE  $> 0,4$  masih bisa diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini valid. Sedangkan uji reliabilitas dibuktikan dengan nilai *construct reliability*  $> 0,7$ . Hasil menunjukkan bahwa semua variabel reliabel karena telah memiliki nilai  $> 0,7$ . Pada Tabel Hasil Uji Reliabilitas terdapat hasil *construct reliability* dari variabel-variabel yang ada pada penelitian ini, dari hasil menunjukkan nilai

*construct reliability* > 0.7. George et al. (2015) menyatakan bahwa batasan umum diterimanya suatu nilai CR adalah 0.6-0.7 dan nilai CR > 0.8 merupakan nilai yang jauh lebih baik. Oleh karena itu hasil uji reliabilitas pada variabel-variabel yang ada pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

**Analisa Model Struktural**

Selanjutnya uji kesesuaian model konfirmatori diuji menggunakan *Goodness of Fit Index*. Hair et al. (1998) membagi kriteria GOFI (*Goodness of Fit Index*) dalam 3 jenis kriteria yaitu *absolute fit indices*, *incremental fit indices* dan *parsimony fit indices*. Dari ketiga jenis GOFI tersebut secara keseluruhan terdapat 25 kriteria, akan tetapi menurut Hair et al. (2010) dalam analisis SEM-Amos tidak mengharuskan semua kriteria terpenuhi, 4 – 5 kriteria saja cukup asalkan terdapat kriteria yang mewakili dari ketiga jenis kriteria GOFI. Dalam penelitian ini diambil beberapa kriteria *goodness of fit* yaitu *Chi-square*, *probability*, GFI, RMSEA, CFI dan TLI. Adapun hasil analisis konfirmatori dapat dilihat pada Gambar Diagram Jalur Sebelum Modifikasi



Gambar 1. Diagram Jalur Sebelum Modifikasi

Adapun hasil *Goodness of Fit* adalah sebagaimana pada Tabel Hasil uji *goodness of fit* analisis konfirmatori

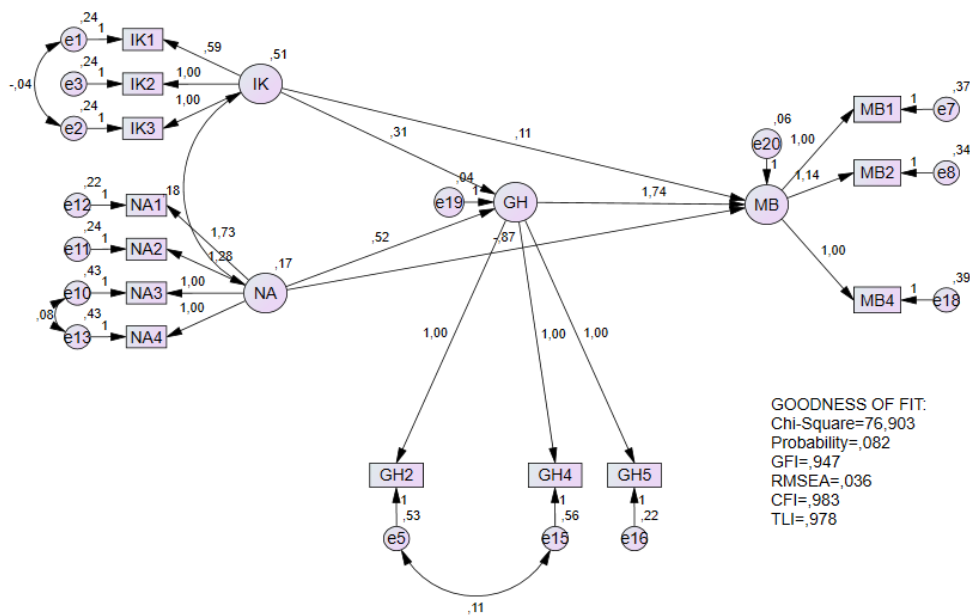
Tabel 7. Hasil uji *goodness of fit* analisis konfirmatori

| Goodness of Fit | Kriteria | Cut-off value | Keterangan   |
|-----------------|----------|---------------|--------------|
| Probability     | >0,05    | 0,000         | Tidak Fit    |
| Chi-square      | Kecil    | 196,986       | Tidak Fit    |
| RMSEA           | < 0,08   | 0,082         | Marginal Fit |
| GFI             | ≥ 0,90   | 0,882         | Marginal Fit |
| CFI             | ≥ 0,90   | 0,905         | Fit          |
| TLI             | ≥ 0,90   | 0,881         | Marginal Fit |

Dari hasil uji *goodness of fit* pada tabel Hasil uji *goodness of fit* analisis konfirmatori terlihat bahwa masih terdapat 2 kriteria yang tidak fit. Oleh karena itu untuk meningkatkan nilai GOF perlu dilakukan modifikasi model yang mengacu pada tabel *modification index* dengan memberikan hubungan kovarian atau menghilangkan indikator yang memiliki nilai MI (Indeks Modifikasi) tinggi.

**Modifikasi Model dan Uji GOF model lengkap**

Berikut adalah model penelitian yang telah dilakukan modifikasi dengan mengacu pada tabel *modification index* dengan memberikan hubungan kovarian atau menghilangkan indikator yang memiliki nilai MI (Indeks Modifikasi) tinggi. Dalam proses modifikasi model, terdapat beberapa indikator yang harus dihilangkan karena memiliki nilai MI (Indeks Modifikasi) tinggi yaitu GH1. Hasil modifikasi ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram Jalur Setelah Modifikasi

Setelah dilakukan modifikasi hasil menunjukkan bahwa nilai *Goodness of Fit* telah memenuhi semua kriteria sehingga model dalam penelitian ini telah memiliki *goodness of fit* baik. Hasil lebih detail ditunjukkan pada tabel Nilai *Goodness of Fit* setelah Modifikasi

Tabel 8. Nilai *Goodness of Fit* setelah Modifikasi

| Goodness of Fit | Kriteria | Cut-off value | Keterangan |
|-----------------|----------|---------------|------------|
| Probability     | >0,05    | 0,082         | Fit        |
| Chi-square      | Kecil    | 76,903        | Fit        |
| RMSEA           | < 0,08   | 0,036         | Fit        |
| GFI             | ≥ 0.90   | 0,947         | Fit        |
| CFI             | ≥ 0.90   | 0,983         | Fit        |
| TLI             | ≥ 0.90   | 0,978         | Fit        |



*Chi square*, mengukur seberapa dekat matrik kovarian hasil prediksi model dan matrik kovarians sampel data. Ukuran uji kesesuaian model *chi square* berbasis maximum likelihood (ML). Diharapkan nilainya rendah sehingga diperoleh nilai P (*probability*) yang tinggi melebihi 0,05. Hasil analisis menunjukkan nilai chi square 76,903 dan *probability* < 0,05 yaitu 0,082 sehingga termasuk dalam kriteria fit. Uji RMSEA merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model dan merupakan nilai aproksimasi akar rata-rata kuadrat error dengan kriteria < 0,08. Hasil menunjukkan model telah fit dengan nilai 0,036. Uji *goodness of fit* selanjutnya adalah GFI menggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan dengan data yang sebenarnya. Nilainya diharapkan tinggi lebih besar sama dengan 0,90. Hasil menunjukkan kriteria Fit dengan nilai 0,947.

Kriteria selanjutnya adalah *incremental fit* mencakup CFI dan TLI. CFI merupakan indeks kesesuaian inkremental. indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model. Adapun TLI merupakan pembandingan dari sebuah model yang diuji dengan sebuah *baseline model* dan NFI merupakan ukuran kesesuaian model dengan basis komparatif terhadap base line atau model null. Model null umumnya merupakan suatu model yang menyatakan bahwa antara variabel-variabel yang terdapat dalam model yang diestimasi tidak saling berhubungan. CFI dan TLI nilainya diharapkan tinggi lebih besar sama dengan 0,90. Hasil menunjukkan kriteria Fit dengan nilai 0,983 untuk CFI dan 0,978 untuk TLI.

## Uji Hipotesis

Analisis selanjutnya adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM) secara full model untuk menguji hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat dengan cara melihat nilai *Critical Ratio* (CR) dan nilai *probability* (P) dari hasil pengolahan data. Arah hubungan antar variabel dapat dilihat dari nilai estimate, jika nilai estimate positif maka hubungan antara variabel positif, sedangkan jika nilai estimate negatif maka hubungannya negatif. Selanjutnya, apabila hasil uji menunjukkan nilai CR di atas 1,96 dan nilai probabilitas (P) di bawah 0,05/5% maka hubungan antara variabel eksogen dan endogen signifikan. Adapun hasil uji *regression weight* dalam penelitian ini adalah seperti pada gambar dibawah ini.

Hasil uji *regression weight*

|           |  | Estimate | S.E.  | C.R.   | P    | Keterangan                |
|-----------|--|----------|-------|--------|------|---------------------------|
| GH <-- IK |  | ,307     | ,066  | 4,668  | ,000 | Hipotesis terdukung       |
| GH <-- NA |  | ,525     | ,124  | 4,226  | ,000 | Hipotesis terdukung       |
| MB <-- NA |  | -,867    | ,595  | -1,457 | ,145 | Hipotesis tidak terdukung |
| MB <-- IK |  | ,112     | ,328  | ,340   | ,733 | Hipotesis tidak terdukung |
| MB <-- GH |  | 1,738    | 1,015 | 1,712  | ,087 | Hipotesis terdukung       |

Tabel hasil uji *regression weight*

Hasil analisis menunjukkan bahwa:

1. IK berpengaruh terhadap GH dengan nilai t statistik/CR 4,668 > 1,96 dan nilai p value 0,000 < 0,05 sehingga H1 terdukung.

Hal ini dapat dimengerti, karena pelanggan cenderung menunjukkan perilaku positif dari endorser yang menarik secara fisik. Dapat dikatakan bahwa seorang follower akan berusaha menyamakan karakteristiknya dengan *influencer*, termasuk perilakunya. Hal ini dilakukan untuk memberikan penegasan bahwa terdapat perbedaan karakteristik mereka dengan kelompok masyarakat lainnya (Arief et al., 2023). Sehingga secara disadari atau tidak, perlahan gaya hidup mereka akan mengikuti selebgram atau selebritis yang berada dalam iklan tersebut. Kemunculan media sosial telah memberikan dimensi baru berupa komunitas online pelanggan yang menjadi kelompok sasaran kontemporer bagi para pemasar. Hal ini mengubah cara orang bersosialisasi dan berkomunikasi satu sama lain (Chakravarty & Sarma, 2021).

Dengan munculnya komunitas online pelanggan ini maka akan memunculkan berbagai komentar dan pendapat dari anggota komunitas yang pada akhirnya memberikan efek pada setiap pembacanya.

2. NA berpengaruh signifikan terhadap GH dengan nilai  $t$ -statistik/CR  $4,226 > 1,96$  dan nilai  $p$ -value  $0,000 < 0,05$  sehingga H2 terdukung

Jika melihat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Martin (2000), setelah terjadi beberapa kali penarikan karena kejadian buruk yang terkait dengan produk yang dibuat di luar negeri, seperti adanya timbal pada mainan, konsumen AS menjadi sensitif terhadap asal produk, dan kini banyak yang secara aktif menelusuri produk "Made in the USA" (Koschate-Fischer et al., 2012).

Hal ini lah yang pada akhirnya menimbulkan kesediaan konsumen untuk membayar lebih pada produk yang berasal dari negara tertentu. Seperti hasil temuan penelitian Koschate-Fischer et al. (2012) menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya menyukai dan memberikan nilai lebih tinggi pada produk bermerek dari COO yang memiliki citra negara yang baik, namun juga, konsisten dengan teori ekuitas, bersedia mengeluarkan lebih banyak uang untuk mendapatkannya.

Temuan umum yang berasal dari literatur mengenai efek COO adalah bahwa konsumen cenderung lebih menyukai produk domestik dibandingkan produk impor, sebuah gagasan yang disebut dengan *domestic bias* atau *home bias*. Namun beberapa penelitian melaporkan bias domestik yang terbalik, terutama di negara-negara berkembang, di mana konsumen lebih memilih produk impor dibandingkan produk lokal (Kassas et al., 2023).

Jika hal tersebut dikaitkan, maka terjadi pergeseran gaya hidup karena disebabkan oleh negara asal. Cenderung menjadi lebih peduli terhadap asal produk dan bahkan bersedia membayar lebih untuk sebuah produk dari negara tertentu. Atau cenderung anti terhadap sebuah produk dari negara tertentu karena pengaruh etnosentrisme. Maka hasil penelitian ini bisa dikatakan telah sesuai, dan mendukung teori dan penelitian sebelumnya.

3. NA tidak berpengaruh signifikan terhadap MB dengan nilai  $t$ -statistik/CR  $-1,457 < 1,96$  dan nilai  $p$ -value  $0,145 > 0,05$  sehingga H3 tidak terdukung

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pengaruh COO sangat lemah, meski beberapa penelitian lainnya juga banyak yang mendukung pengaruh negara asal pada minat beli. Dan dalam penelitian ini negara asal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, tapi justru lebih kepada gaya hidup seperti yang telah dihasilkan dalam hipotesis 2 bahwa negara asal berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup. Dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sehingga negara asal tidak langsung berpengaruh kepada minat beli, tapi dimediasi oleh gaya hidup. Seperti yang telah disebutkan dalam hipotesis 5 bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Penelitian telah menunjukkan bahwa konsumen umumnya lebih mengandalkan atribut intrinsik ketika membentuk opini mereka. Namun, dalam keadaan tertentu, konsumen lebih memilih atribut ekstrinsik, karena mereka menganggap hal tersebut lebih kredibel daripada penilaian mereka sendiri. Kemajuan sebuah negara mungkin akan memiliki pengaruh yang berbeda-beda tentang efek negara asal. Konsumen Jepang mengutamakan harga dalam membuat keputusan pembelian. Italia menganggap negara asal menjadi aspek penting bahkan memiliki skor tertinggi diantara negara maju lainnya. Konsumen Rusia lebih mementingkan

desain dan dimensi COO/ negara asal. Konsumen dari Amerika hampir sama dengan konsumen Perancis tidak terlalu menganggap penting negara asal. (Godey et al., 2012).

4. IK tidak berpengaruh signifikan terhadap MB dengan nilai t-statistik/CR  $0,340 < 1,96$  dan nilai p-value  $0,733 > 0,05$  sehingga H4 tidak terdukung

Seorang *influencer* akan mengungkapkan kepribadiannya melalui berbagai aktivitas sehari-hari, keterampilan yang dimilikinya dan memberikan rekomendasi produk yang telah dikonsumsi berdasarkan pengalaman. Namun, jumlah pengikut yang banyak tidak menjamin keputusan pembelian (Arief et al., 2023).

Penelitian lain menunjukkan dalam beberapa tahun terakhir, dampak negatif penggunaan stereotip dalam periklanan telah disorot oleh penelitian periklanan. Laporan tahun 2017 yang diterbitkan oleh British Advertising Standards Authority (ASA) menyimpulkan bahwa “stereotip gender berpotensi menimbulkan kerugian dengan mengundang asumsi tentang orang dewasa dan anak-anak yang mungkin secara negatif membatasi cara mereka memandang diri mereka sendiri dan cara orang lain memandang mereka. Banyak penelitian tentang perempuan bereaksi negatif terhadap penggambaran stereotip perempuan dalam periklanan dibandingkan bagaimana laki-laki bereaksi terhadap gambaran stereotip tentang laki-laki dalam iklan dan media (Åkestam et al., 2021).

Dari hal tersebut bisa disimpulkan bahwa, pengaruh iklan tidak langsung pada minat beli. Tapi lebih kepada gaya hidup konsumen seperti yang di hasilkan oleh hipotesis 1 bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup. Karena jika dilihat pada penelitian sebelumnya ketertarikan konsumen terhadap iklan bisa jadi karena *influencer* yang digunakan atau karena penggambaran dalam iklan tersebut, yang pada akhirnya memberikan dampak positif atau pun negative pada kehidupan mereka dan tidak berpengaruh langsung pada minat beli terhadap produk yang diiklanlan. Sehingga pengaruh iklan tidak langsung kepada minat beli, namun dimediasi oleh gaya hidup terlebih dahulu. Seperti yang telah disebutkan dalam hipotesis 5 bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

5. GH berpengaruh signifikan terhadap MB dengan nilai *t-sttaistic* 1,712 dan nilai p-value 0,087. Akan tetapi Jika hipotesisnya 1 sisi (positif saja, atau negatif saja), maka nilai probabilitas harus dibagi 2 sehingga  $p \text{ value}/2 = 0,043 < 0,05$  sehingga H5 terdukung.

Menurut Earl (1986) Gaya hidup sebagai “*way of life*” mempengaruhi segala arah dan fundamental terhadap konsumsi penduduk. Dan menurut Veblen (1899) Cara konsumsi yang umum pada masyarakat “maju” adalah konsumerisme (Pícha & Navrátil, 2019).

Menurut Kotler dan Keller (2011), gaya hidup berarti hubungan antar individu pribadi dan lingkungannya. Gaya hidup dapat berhubungan dengan integrasi dalam segmen sosial tertentu yang lebih besar atau menjadi alat ekspresi diri individu. Penelitian gaya hidup mengenai sikap, minat, dan opini tradisi dikritik karena kurangnya landasan teoritis. Hingga akhirnya Brunsø dan Grunert (1998) menemukan hubungan antara gaya hidup dan pembelian kategori makanan tertentu, dan berbagai penelitian telah memberikan bukti adanya hubungan di antara keduanya (Han & Lee, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konsumen yang sadar mode berusaha untuk selalu mengikuti perkembangan gaya dan merasa puas saat membeli pakaian baru. Bahkan perusahaan *fast fashion* (misalnya Zara, Hennes atau H&M) membuat produksi massal sebuah produk yang meniru tren fesyen mewah dengan harga terjangkau. Hal tersebut dilakukan untuk memenuhi keinginan konsumen yang selalu update dengan tren. Konsumen dengan

kesadaran mode tinggi lebih berdedikasi pada item dan merek fesyen dibandingkan konsumen dengan kesadaran mode rendah karena mereka perlu menemukan gaya fesyen “terbaik” untuk mewakili diri mereka sendiri (Japutra et al., 2023).

Dari penjelasan diatas, hasil hipotesis 5 menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli mendukung teori dan penelitian sebelumnya. Karena efek gaya hidup pada akhirnya memunculkan niat atau menghilangkan niat untuk memiliki sebuah hal. Dan dalam penelitian ini efek gaya hidup memunculkan niat untuk membeli produk yang diteliti. Dengan memiliki produk yang diinginkan, maka akan memunculkan kepuasan pada diri konsumen.

## E. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis minat beli konsumen muslim terhadap produk kosmetik impor yang sudah legal akan tetapi belum berlabel halal. Analisis dalam penelitian ini mencakup pengaruh iklan, negara asal dan gaya hidup terhadap minat beli masyarakat. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

1. IK tidak berpengaruh signifikan terhadap MB dengan nilai  $t$ -statistik/CR  $0,340 < 1,96$  dan nilai  $p$ -value  $0,733 > 0,05$  sehingga H1 yang berbunyi Iklan berpengaruh positif terhadap minat beli **tidak terdukung**.
2. GH berpengaruh signifikan terhadap MB dengan nilai  $t$ -statistik  $1,712$  dan nilai  $p$ -value  $0,087$ . Akan tetapi Jika hipotesisnya 1 sisi (positif saja, atau negatif saja), maka nilai probabilitas harus dibagi 2 sehingga  $p$  value/2 =  $0,043 < 0,05$  sehingga H2 yang berbunyi Gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat beli **terdukung**.
3. NA tidak berpengaruh signifikan terhadap MB dengan nilai  $t$ -statistik/CR  $-1,457 < 1,96$  dan nilai  $p$ -value  $0,145 > 0,05$  sehingga H3 yang berbunyi Negara asal berpengaruh positif terhadap minat beli **tidak terdukung**
4. IK berpengaruh terhadap GH dengan nilai  $t$  statistik/CR  $4,668 > 1,96$  dan nilai  $p$  value  $0,000 < 0,05$  sehingga H4 yang berbunyi iklan berpengaruh positif terhadap gaya hidup **terdukung**.
5. NA berpengaruh signifikan terhadap GH dengan nilai  $t$ -statistik/CR  $4,226 > 1,96$  dan nilai  $p$ -value  $0,000 < 0,05$  sehingga H5 yang berbunyi Negara asal berpengaruh positif terhadap gaya hidup **terdukung**.

### Referensi

- Adnan, A., Ahmad, A., & Khan, M. N. (2017). Examining the role of consumer lifestyles on ecological behavior among young Indian consumers. *Young Consumers*, 18(4), 348–377. <https://doi.org/10.1108/yc-05-2017-00699>
- Ahmad, N., Omar, A., & Ramayah, T. (2010). Consumer lifestyles and online shopping continuance intention. *Business Strategy Series*, 11(4), 227–243. <https://doi.org/10.1108/17515631011063767>
- Al-Kwafi, O. S., Abu Farha, A., & Ahmed, Z. U. (2019). Dynamics of Muslim consumers' behavior toward halal products. *International Journal of Emerging Markets*, 14(4), 689–708. <https://doi.org/10.1108/ijoem-11-2017-0486>
- Arbak, S., Islam, R., & Al Rasyid, H. (2019). Relationship between advertisement and purchase intention on halal cosmetic products in Malaysia. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(3), 683–694. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7399>
- Arifin, M. R., Raharja, B. S., & Nugroho, A. (2022). Do young Muslim choose differently? identifying consumer behavior in *halal* industry. *Journal of Islamic Marketing*, 14(4), 1032–1057. <https://doi.org/10.1108/jima-02-2021-0049>
- Arief, M., Mustikowati, R. I., & Chrismardani, Y. (2023). Why customers buy an online product? the effects of advertising attractiveness, influencer marketing and online customer reviews. *LBS Journal of Management & Research*, 21(1), 81–99. <https://doi.org/10.1108/lbsjmr-09-2022-0052>
- Barve, G. (2015). Effects of advertising on Youth (age group of 13-19 years age). *International Journal of Management and Economics Invention*. <https://doi.org/10.18535/ijmei/v1i10.02>
- Bayu, D. (2022, February 16). *Sebanyak 86,9% penduduk Indonesia beragama islam*. DataIndonesia.id. diakses [ada tanggal 10 Juli 2023 <https://dataindonesia.id/varia/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Bekesiene, S., Hoskova-Mayerova, S. & Diliunas, P., (2017). Structural Equation Modeling Using the Amos and Regression of Effective Organizational Commitment Indicators in Lithuanian Military Forces, In: Aplimat – 16th Conference on Applied Mathematics Proceedings, Bratislava, pp. 91-102.
- Belanche, D., Flavián, M., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Followers' reactions to influencers' instagram posts. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 24(1), 37–54. <https://doi.org/10.1108/sjme-11-2019-0100>
- Brand, B. M., & Baier, D. (2022). Measuring country of origin effects in online shopping implicitly: A discrete choice analysis approach. *International Marketing Review*, 39(4), 955–983. <https://doi.org/10.1108/imr-03-2021-0139>
- Bukhari, S. F., Woodside, F. M., Hassan, R., Hussain, S., & Khurram, S. (2020). Exploring the motives behind the purchase of western imported food products. A phenomenological study from a Muslim-dominated region. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 481–507. <https://doi.org/10.1108/jima-05-2020-0139>
- By. (2022, November 11). *Cara dan Rumus Menentukan Ukuran Sampel Penelitian Kuantitatif*. Diakses pada tanggal; 19 Juli 2023. Forum Akademik. <https://forumakademik.com/cara-dan-rumus-menentukan-ukuran-sampel-penelitian-kuantitatif/>
- Canada.ca, (2019). <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/cosmetics/cosmetics-safety.html>
- Chakravarty, R., & Sarma, N. N. (2021). Evolutionary framework of hierarchy of effects models: Exploring relevance in the shifting of customer path. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, 19(1), 59–68. <https://doi.org/10.1108/xjm-09-2020-0151>

- Chang, C. (2008). Increasing mental health literacy via narrative advertising. *Journal of Health Communication, 13*(1), 37–55. <https://doi.org/10.1080/10810730701807027>
- Chen, T.-T., Wang, S.-J., & Huang, H.-C. (2020). “buy, buy most Americans buy”: Country of reference (COR) effects and consumer purchasing decisions. *International Marketing Review, 37*(3), 533–558. <https://doi.org/10.1108/imr-04-2018-0130>
- Choo, H. J., Lee, H. K., & Xie, J. (2022). Consumers’ cultural identity under Glocalization: Vietnamese consumers’ global and national identities and their cross-cultural consumption. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 35*(5), 1052–1074. <https://doi.org/10.1108/apjml-10-2021-0740>
- [Compas.co.id](https://www.compas.co.id). (2022). *5 brand Skincare Korea Terbaik & Data Penjualannya*. Compas. (2022, December 30). Diakses tanggal 11 juli 2023
- Devita, V. D. (t.t.). Produk skincare mana Yg Paling Banyak Ditonton di Tiktok? - Iprice. Diakses tanggal 10 juli 2023 <https://iprice.co.id/trend/insights/produk-skincare-mana-yg-paling-banyak-ditonton-di-tiktok/>
- Diamantopoulos, A., Herz, M., & Koschate-Fischer, N. (2017). The EU as Superordinate brand origin: An entitativity perspective. *International Marketing Review, 34*(2), 183–205. <https://doi.org/10.1108/imr-03-2015-0097>
- Dixon, H., Scully, M., Cotter, T., Maloney, S., & Wakefield, M. (2015). Healthy weight and lifestyle advertisements: An assessment of their persuasive potential. *Health Education Research, 30*(4), 569–579. <https://doi.org/10.1093/her/cyv031>
- Duffett, R. G. (2015). Facebook advertising’s influence on intention-to-purchase and purchase amongst millennials. *Internet Research, 25*(4), 498–526. <https://doi.org/10.1108/intr-01-2014-0020>
- Dunlop, S. M., Cotter, T., & Perez, D. (2013). When your smoking is not just about you: Antismoking advertising, interpersonal pressure, and quitting outcomes. *Journal of Health Communication, 19*(1), 41–56. <https://doi.org/10.1080/10810730.2013.798375>
- Ekon.go.id. (2022). *Tren Positif Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Terus Berlanjut di Tengah Upaya Menjaga Momentum Pemulihan Ekonomi*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). Dilihat pada 10 Juli 2023 <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4541/tren-positif-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-terus-berlanjut-di-tengah-upaya-menjaga-momentum-pemulihan-ekonomi>
- Fathurrahman, A., & Anggesti, M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, label halal dan harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Pada produk Safi). *JES (Jurnal Ekonomi Syariah), 6*(2), 113. <https://doi.org/10.30736/jesa.v6i2.125>
- Fatina, S. C., Hidayat, N., & Saidani, B. (2021). Bagaimana Peran Negara Asal, Kualitas Produk dan Citra Merek Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Korea?. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan, 2*(3), 706-720.
- Fauziah. (2021). *Survei Sadar halal: Generasi Muslim milenial*. PERPUSTAKAAN KEMENTERIAN AGAMA RI. <https://cms.kemenag.go.id/storage/flm/files/shares/files/5.%20SURVEI%20SADAR%20HALAL%20Generasi%20Muslim%20Milenial.pdf>
- Fitria, S. E., & Ariva, V. F. (2018). Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan Dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bagi Pengusaha Pindang Di Desa Cukanggenteng. *Jurnal Manajemen Indonesia, 18*(3), 197-208.
- Frosch, D. L., Krueger, P. M., Hornik, R. C., Cronholm, P. F., & Barg, F. K. (2007). Creating demand for prescription drugs: A content analysis of television direct-to-consumer advertising. *The Annals of Family Medicine, 5*(1), 6–13. <https://doi.org/10.1370/afm.611>

- Gazley, A., Krisjanous, J., Fam, K. S., & Grohs, R. (2012). Like it or not: Differences in advertising likeability and dislikeability within Asia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24(1), 23–40. <https://doi.org/10.1108/13555851211192687>
- Godey, B., Pederzoli, D., Aiello, G., Donvito, R., Chan, P., Oh, H., Singh, R., Skorobogatykh, I. I., Tsuchiya, J., & Weitz, B. (2012). Brand and country-of-origin effect on consumers' decision to purchase luxury products. *Journal of Business Research*, 65(10), 1461–1470. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.012>
- Handriana, T., Yulianti, P., Kurniawati, M., Arina, N. A., Aisyah, R. A., Ayu Aryani, M. G., & Wandira, R. K. (2020). Purchase behavior of millennial female generation on *halal* cosmetic products. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1295–1315. <https://doi.org/10.1108/jima-11-2019-0235>
- Han, S., & Lee, Y. (2022). Analysis of the impacts of social class and lifestyle on consumption of organic foods in South Korea. *Heliyon*, 8(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10998>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54-70.
- Hazari, S., & Sethna, B. N. (2022). A comparison of lifestyle marketing and brand influencer advertising for Generation Z Instagram users. *Journal of Promotion Management*, 29(4), 491–534. <https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2163033>
- <https://compas.co.id/article/brand-skincare-korea-terbaik/>
- Huang, M., & Liu, T. (2022). Subjective or objective: How the style of text in computational advertising influences consumer behaviors? *Fundamental Research*, 2(1), 144–153. <https://doi.org/10.1016/j.fmre.2021.11.004>
- Iha Haryani Hatta, W. R. (2018). E-lifestyle and internet advertising avoidance. *Jurnal Manajemen*, 22(3), 435. <https://doi.org/10.24912/jm.v22i3.432>
- Insch, A., Mather, D., & Knight, J. (2017). Buy-national campaigns: Congruence determines premiums for domestic products. *International Marketing Review*, 34(2), 239–253. <https://doi.org/10.1108/imr-03-2015-0082>
- International Interdisciplinary Journal of Scientific Research, 3(1), 14-25.
- Isfahani, R. (2019). The Influence Of Spongebob Squarepants Cartoon Movie On Students' Speaking Skill At The Eleventh Grade Of SMAN 11 Kota Tangerang. *Jurnal Sosial Sains*, 1(1), 33-46.
- Ishak, S., Che Omar, A. R., Khalid, K., Ab. Ghafar, I. S., & Hussain, M. Y. (2019). Cosmetics purchase behavior of educated Millennial Muslim females. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1055–1071. <https://doi.org/10.1108/jima-01-2019-0014>
- Islam, M. M. (2021). Evaluating negative attitudes of the students and shoppers towards Halal Cosmetics products. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 565–585. <https://doi.org/10.1108/jima-03-2020-0067>
- Jiménez, N., & San-Martin, S. (2016). The central role of the reputation of country-of-origin firms in developing markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(3), 349–364. <https://doi.org/10.1108/jbim-02-2013-0045>
- Jumani, Z. A., & Sukhabot, S. (2020). Identifying the important attitude of Islamic brands and its effect on buying behavioural intentions among Malaysian Muslims. *Journal of Islamic Marketing*, 12(2), 408–426. <https://doi.org/10.1108/jima-09-2019-0196>
- Jumlah Peserta Didik. Daerah DIY - Jumlah Peserta Didik. (2022). Diakses pada 19 Juli 2023, [https://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data\\_dasar/cetak/482-jumlah-peserta-didik](https://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/482-jumlah-peserta-didik)
- Kamangar, F., & Islami, F. (2013). Sample size calculation for epidemiologic studies: principles and methods. *Archives of Iranian medicine*, 16(5), 0-0.



- Kasri, R. A., Ahsan, A., Widiatmoko, D., & Hati, S. R. (2021). Intention to consume halal pharmaceutical products: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/jima-06-2021-0192>
- Kassas, B., Cao, X., Gao, Z., House, L. A., & Guan, Z. (2023). Consumer preferences for Country of Origin Labeling: Bridging the gap between research estimates and real-world behavior. *Journal of Choice Modelling*, 48, 100429. <https://doi.org/10.1016/j.jocm.2023.100429>
- Kassim, N. M., & Zain, M. M. (2016). Quality of lifestyle and luxury purchase inclinations from the perspectives of affluent Muslim consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 7(1), 95–119. <https://doi.org/10.1108/jima-08-2014-0052>
- Katadata.co.id, (2020). <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fe0791e076e6/somethinc-dan-wardah-jadi-brand-kosmetik-paling-populer-di-tiktok>.
- Keegan, M., & Lu, S. (2023). Can garment production survive in a developed economy in the 21st century? A study of “made in Ireland.” *Research Journal of Textile and Apparel*. <https://doi.org/10.1108/rjta-09-2022-0113>
- Kim, D., Cho, S.-D., & Jung, G. O. (2013). Wave of Home Culture and MNC performance: The Korean wave (Hallyu). *Advances in International Marketing*, 193–216. [https://doi.org/10.1108/s1474-7979\(2013\)0000024012](https://doi.org/10.1108/s1474-7979(2013)0000024012)
- Kim, J., Han, W. H., Kim, D. T., & Paramita, W. (2013). Is beauty in the eye of the beholder? gender and beauty in the cosmetics sector. *Marketing Intelligence & Planning*, 31(2), 127–140. <https://doi.org/10.1108/02634501311312035>
- Kim, M.-Y., & Park, B. I. (2017). The impact of country of origin on context effects in choice. *International Marketing Review*, 34(6), 706–734. <https://doi.org/10.1108/imr-03-2015-0074>
- Koschate-Fischer, N., Diamantopoulos, A., & Oldenkotte, K. (2012). Are consumers really willing to pay more for a favorable country image? A study of country-of-origin effects on willingness to pay. *Journal of International Marketing*, 20(1), 19–41. <https://doi.org/10.1509/jim.10.0140>
- Kumar, S., & Gautam, A. (2021). Country of origin effect on purchase intention towards Italian luxury fashion: Mediating role of Brand Perception and social status. *Metamorphosis: A Journal of Management Research*, 20(1), 16–24. <https://doi.org/10.1177/09726225211030067>
- kwbcjatim1.beacukai.go.id.  
<https://kwbcjatim1.beacukai.go.id/sites/default/files/peraturan/2006/Undang-Undang/Undang-Undang-nomor-nomor-17-tahun-2006-penjelasan-a4f3b4b87fb2e92bbb0e8f2ff1c31296.pdf>
- Lee, H. (2019). The effect of anti-consumption lifestyle on consumer’s attitude and purchase intention toward commercial sharing systems. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(5), 1422–1441. <https://doi.org/10.1108/apjml-06-2018-0218>
- Li, E. P., Min, H. J., & Lee, S. (2020). Soft Power and nation rebranding. *International Marketing Review*, 38(1), 141–162. <https://doi.org/10.1108/imr-01-2019-0053>
- Li, M., & Cui, H.-J. (2021). Face consciousness and purchase intention of organic food: The moderating effect of purchase situation and advertising appeal. *British Food Journal*, 123(9), 3133–3153. <https://doi.org/10.1108/bfj-03-2021-0298>
- Li, Z., Han, X., Lin, X. S., & Lu, X. Y. (2021). Quantitative analysis of landscape efficacy based on structural equation modelling: Empirical evidence from New Chinese Style Commercial Streets. *Alexandria Engineering Journal*, 60(1), 261–271. <https://doi.org/10.1016/j.aej.2020.08.005>
- Listyoningrum, A., & Albari, A. (2017). Analisis minat beli konsumen muslim terhadap produk Yang Tidak diperpanjang sertifikat halalnya. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 40–51. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol2.iss1.art4>



- Limenta, M., Edis, B. M., & Fernando, O. (2017). Disabling labelling in Indonesia: Invoking WTO laws in the wake of halal policy objectives. *World Trade Review*, 17(3), 451–476. <https://doi.org/10.1017/s1474745617000167>
- Magnusson, P., Zdravkovic, S., & Westjohn, S. A. (2022). A longitudinal analysis of country image and brand origin effects. *International Marketing Review*, 39(4), 912–930. <https://doi.org/10.1108/imr-07-2021-0228>
- Majid, U. (2018). Research fundamentals: Study design, population, and sample size. *Undergraduate Research in Natural and Clinical Science and Technology (URNCSST) Journal*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.26685/urncsst.16>
- Marcind, A. (2020). *Fakta Menarik Seputar Dunia Kecantikan Tanah Air di ZAP Beauty Index 2020*. Journal.sociolla.com. diakses pada tanggal 10 Juli 2023 <https://journal.sociolla.com/beauty/beauty-index-2020>
- Mathur, M. B., Gould, M., & Khazeni, N. (2016). Direct-to-consumer drug advertisements can paradoxically increase intentions to adopt lifestyle changes. *Frontiers in Psychology*, 07. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01533>
- Molenaar, A., Saw, W. Y., Brennan, L., Reid, M., Lim, M. S., & McCaffrey, T. A. (2021). Effects of advertising: A qualitative analysis of young adults' engagement with social media about food. *Nutrients*, 13(6), 1934. <https://doi.org/10.3390/nu13061934>
- Mulyadi, Maria Margareta M dan Leonardo Budi H. (2015). “Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli”. *Journal of Management* Vol. 1 No.1, Februari 2015 ISSN: 2502-7689
- Nasution, R. A., Jeong, S. W., Jin, B. E., Chung, J.-E., Yang, H., Nathan, R. J., & Arnita, D. (2023). Acculturation, religiosity, and willingness to accept Korean products among Muslim consumers: An exploratory study. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/jima-01-2022-0032>
- Nguyen, H. V., Do, L. T., Hoang, C. V., & Nguyen, P. T. (2022). Exclusive impacts of lifestyles on preference for interior public space of high-rise building apartment. *International Journal of Housing Markets and Analysis*. <https://doi.org/10.1108/ijhma-04-2022-0051>
- Novi nur aidha, 2020, <http://bbkk.kemenperin.go.id/page/bacaartikel.php?id=LZlLaak3iqAUk-vAOoYlZps5h1helxqnmkzEl515VOI,#:~:text=Definisi%20kosmetik%20berdasarkan%20Food%20and,daya%20tarik%2C%20atau%20mengubah%20openampilan.>
- Ong, M. H. A., & Puteh, F. (2017). Quantitative data analysis: Choosing between SPSS, PLS, and AMOS in social science research.
- Oniku, A., & Joaquim, A. F. (2021). Female sexuality in marketing communication and effects on the millennial buying decisions in fashion industry in Nigeria. *Rajagiri Management Journal*, 16(2), 105–117. <https://doi.org/10.1108/ramj-09-2020-0055>
- Peristiwo, H. (2019). Indonesian halal food industry: Development, opportunities and challenges on halal supply chains. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 4(2), 218–245. <https://doi.org/10.21580/jish.42.5228>
- Petriella, Y. (2019, January 16). *LPPOM ui: Baru 668.615 produk di Indonesia tersertifikasi halal*. Bisnis.com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190116/12/879298/lppom-ui-baru-668.615-produk-di-indonesia-tersertifikasi-halal>
- Pícha, K., & Navrátil, J. (2019). The factors of Lifestyle of Health and Sustainability influencing pro-environmental buying behaviour. *Journal of Cleaner Production*, 234, 233–241. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.072>
- Rizaty, M. A. (2022, November 30). *BPS: Jumlah Penduduk indonesia sebanyak 275,77 Juta Pada 2022*. Dataindonesia.id. Dilihat pada 10 Juli 2023 <https://dataindonesia.id/varia/detail/bps-jumlah-penduduk-indonesia-sebanyak-27577-juta-pada-2022>

- Sari, D. K., Suziana, S., & Games, D. (2020). An evaluation of social media advertising for Muslim millennial parents. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1835–1853. <https://doi.org/10.1108/jima-02-2020-0055>
- Setiani, N. A., Najib, M. F., & Amalia, F. A. (2021). Analisis Pertimbangan Niat Pembelian Produk Korean Beauty. Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar, 1541–1546. Korean Beauty, Halal Awareness, Country of Origin, Product Ingredients, Purchase Intention.
- Sharma, A., & Kaur, D. (2020). The Effect of Country of origin on Consumers Purchase Intention. *International Journal of Creative Research thoughts*, 104-109.
- Shen, D., & Wang, Q. (2017). An exploration of US-made clothing in China. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 21(2), 247–261. <https://doi.org/10.1108/jfmm-05-2016-0046>
- Sindo, K. (2021, June 21). *Gerakan Cinta Produk Indonesia jangan hanya seremonial*. SINDONews Nasional. Dilihat pada 10 Juli 2023 <https://nasional.sindonews.com/read/461706/16/gerakan-cinta-produk-indonesia-jangan-hanya-seremonial-1624241207>
- Souiden, N., & Diagne, M. (2009). Canadian and French men's consumption of cosmetics: A comparison of their attitudes and motivations. *Journal of Consumer Marketing*, 26(2), 97–109. <https://doi.org/10.1108/07363760910940465>
- Sulanjari, B. (2018). *Analisis Pengaruh Kesadaran Harga, Persepsi Nilai, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Perilaku Berbelanja Produk Imitasi Di Malioboro* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Suria, Nurina N., et al. "Pengaruh Country of Origin Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Uniqlo di Jakarta)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, vol. 38, no. 1, Sep. 2016, pp. 148-156
- Tangsupwattana, W., & Liu, X. (2017). Symbolic consumption and generation Y consumers: Evidence from Thailand. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(5), 917–932. <https://doi.org/10.1108/apjml-01-2017-0013>
- Van Reijmersdal, E. A., Boerman, S. C., & Noort, G. van. (2022). Effects of online behaviorally targeted native advertising on persuasion: A test of two competing mechanisms. *Computers in Human Behavior Reports*, 7, 100221. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100221>
- Xin, L., & Seo, S. (Sunny). (2019). The role of consumer ethnocentrism, country image, and subjective knowledge in predicting intention to purchase imported functional foods. *British Food Journal*, 122(2), 448–464. <https://doi.org/10.1108/bfj-05-2019-0326>
- Ying, R. (2020, April 23). *Indonesia Cosmetic Regulation Guidelines*. Cosmetic.News. Diakses pada 10 Juli 2023 <https://www.cosmeticsbridge.com/indonesia-cosmetic-regulation-overview/>
- Yusuf, M. A., Sentosa, E., & Marnis, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Pulu Basuki Rachmat Jakarta Timur. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 10-19.

# Otoritarianisme dan Kemandegan Falsafah Di Dunia Islam: Peran Imam Abu Hamid Al-Ghazali Dalam Patronase Ulama- Negara dan Pengaruhnya Kepada Kemandegan Tradisi Falsafah Di Dunia Islam

Farhan al-Fuadi<sup>1\*</sup>, Miftahul Ulum<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Pesantren Turats Islam Serang, Banten, Indonesia

<sup>2</sup> UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten

## INFO ARTIKEL

Received: 12 October 2023  
Accepted: 23 March 2024  
Published: 31 March 2023

Email Penulis:

[\\*farhanalfuadi1516@gmail.com](mailto:*farhanalfuadi1516@gmail.com)

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Ghazali dan politik kekuasaan terhadap kemunduran falsafah di dunia Islam abad pertengahan. Kajian yang dilakukan dalam penelitian ini mengambil pendekatan sosiologi ilmu pengetahuan. Pendekatan ini diharapkan dapat menjelaskan masalah secara jernih dan memberikan klarifikasi terhadap asumsi besar yang menempatkan Ghazali sebagai faktor utama dari kemunduran falsafah di dunia Islam. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis diskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa asumsi tentang Ghazali sebetulnya bisa dianggap berlebihan untuk memahami sejarah ilmu pengetahuan yang melibatkan dinamika masyarakat muslim dalam ruang dan waktu yang amat luas. Nizamiyah sebagai lembaga pendidikan yang didirikan oleh Nizham al-Muluk, dimana Ghazali menjalankan karir intelektualnya yang sangat berpengaruh setelah Juwaini, menjadi lembaga ilmu pengetahuan yang memiankan peran yang tidak bisa diabaikan dalam memediasi pertemuan antara kepentingan politik penguasa dan kepentingan-kepentingan religious para ulama. Terlibatnya Ghazali dalam polemic dengan berbagai kelompok seperti polemiknya dengan kaum Syi'ah melalui "Fadhaih al-Bathiniyah wa Fadhail al-Mustazhiriyah" lalu melebar berpolemik dengan para filosof melalui "Tahafut al-Falasifah" meski pada akhir kehidupannya Ghazali meninggalkan rasionalisme ke mistisisme, beliau tidak kehilangan kritisismenya yang kuat. Semua polemiknya menjadi kepanjangan tangan kekuasaan dalam meneguhkan keamanan, kestabilan negara dan keteguhan ideologi negara. Menjadikan Ghazali satu satunya faktor kemandegan perkembangan falsafah tidaklah relevan. Faktor yang paling menentukan sebetulnya adalah kekuasaan yang otoriter yang memanfaatkan fatwa ulama sebagai alat legitimasi kekuasaan.*

*Keywords: Ghazali, otoritarianisme, falsafah dunia Islam, patronase ulama dan negara*

## A. Pendahuluan

Dunia Islam mencakup aspek yang sangat luas melibatkan di dalamnya basis teologis, ideologi, budaya dan politik. Beberapa literature mengkaji dan mempertanyakan tentang kemunduran dunia Islam di era modern ini (Kaukua, 2020; Manj et al. 2021; Topal, 2022). Akan tetapi kenyataannya sampai saat ini falsafah Islam masih tetap dikaji, dipelajari dan diajarkan, lalu dikembangkan (Apriani et al. 2021; Mujahid, 2021). Islam selalu menjadi

salah satu acuan dalam kajian modernisasi hingga teknologi. Bahkan terdapat banyak tokoh dari daftar filosof muslim yang masih produktif sampai sekarang diantaranya adalah Ghazali.

Imam Ghazali, juga dikenal sebagai Abu Hamid al-Ghazali, adalah seorang teolog, ahli hukum, filsuf, dan mistikus Islam terkemuka yang hidup pada abad ke-11 dan ke-12 Masehi (Rahmadani, 2023). Karya-karyanya memiliki dampak yang signifikan terhadap pemikiran Islam dan terus dipelajari dan dihormati oleh para cendekiawan saat ini. Tulisan-tulisan Ghazali membahas berbagai aspek teologi Islam, yurisprudensi, mistisisme, dan filsafat, dan sering dikreditkan dengan menghidupkan kembali spiritualitas Islam pada masanya (Rahmadani, 2023).

Mengenai kemunduran filsafat Islam, khususnya pada era Ghazali, sangat penting untuk memahami konteks historisnya. Filsafat Islam berkembang pesat selama Zaman Keemasan Islam, yang berlangsung dari abad ke-8 hingga ke-14, di mana para cendekiawan di dunia Islam memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai bidang, termasuk filsafat, matematika, ilmu pengetahuan, kedokteran, dan sastra. Periode ini menyaksikan penerjemahan dan pelestarian teks-teks filosofis Yunani kuno, yang kemudian dipelajari dan dikembangkan oleh para filsuf Muslim (Kaukua, 2020; Manj et al. 2021).

Terdapat beberapa asumsi tentang tokoh Ghazali dan hubungannya dengan kemandegan falsafah Islam (Yuniarti et al. 2022; Malik, 2022). Mengangkat sosok Ghazali terkesan melontarkan tuduhan berlebihan kepadanya sebagai faktor utama penyebab kemunduran tradisi falsafah Islam. Tetapi sebagai bagian dari diskursus tema ini kiranya menjadi tidak berlebihan, mengingat dalam wacana kritis terhadap pengkajian sejarah falsafah Islam sosok Ghazali kerap kali dihubungkan dengan kemunduran tradisi falsafah Islam dari aspek produktifitas pemikiran yang orisinal (Sayfillaeva, 2019).

Menghubungkan Ghazali dengan falsafah Islam berarti menghubungkan ortodoksi Islam dengan falsafah Islam. Bagaimana pun Ghazali adalah wakil suara yang paling cerdas dari kalangan muslim ortodoks, sehingga beliau dijuluki hujjatul Islam. Dalam hal ini menarik jika kita memperhatikan pernyataan Shabir Akhtar

*“Sejak pertama kali arus falsafah Yunani membanjiri kalimat sederhana dari syahadat Islam, ortodoksi Islam tidak pernah berhenti bermuka masam terhadap kekuatan besar falsafah yang mengganggu pekerjaannya.” (Akhtar, 2002)*

Kalangan muslim ortodok selanjutnya dalam menghadapi arus perkembangan falsafah di dunia Islam tidak pernah berhenti mendorong kaum cendekiawan mereka yang konservatif untuk membuktikan kekafiran falsafah dan para filosof (Akhtar, 2002). Ghazali terbilang tokoh yang berhasil menjawab harapan ini sekaligus promotor paling handal untuk mengkampanyekan tidak saja bidang falsafah tapi kesesatan dan kekafiran pemikiran falsafah dan para filosofnya. Yang harus kita tekankan di sini adalah pengaruh Ghazali dalam menyerang falsafah berhasil melintasi zamannya (Bacik, 2023; Sayfillaeva, 2019).

Penelitian ini berusaha untuk membentangkan struktur historisitas dari wacana kritik terhadap falsafah yang dilontarkan Ghazali. Kritik-kritik Ghazali terhadap falsafah memang dianggap oleh banyak kalangan sebagai pukulan telak yang berhasil meruntuhkan bangunan

falsafah tidak saja pada konsep-konsepnya tapi membidik langsung pondasi epistemologinya. Saya meyakini keberhasilan Ghazali membendung dan meruntuhkan perkembangan falsafah di dalam dunia Islam tidak berdiri sendiri, pasti ada struktur lainnya yang ikut mempertajam kritiknya dan melanggengkan pengaruhnya sampai periode kita. Oleh karena itu perlu ada usaha memahami wacana ini dengan melibatkan aspek sosio-historis yang mewadahi kehadirannya.

## **B. Kajian Literatur**

### **Relasi Kekuasaan dan Pengetahuan**

Diskusi ini dibangun di atas landasan teori relasi kekuasaan dan pengetahuan. Sejarah pemikiran Islam sepenuhnya adalah sejarah relasi kekuasaan dan pengetahuan. Teori ini berlaku juga pada bidang pemikiran keagamaan yang selalu melibatkan persoalan-persoalan politik kekuasaan. Nasr Hamid Abu Zaid misalnya mengutarakan bahwa

*“Problematika pemikiran dalam Islam bertolak dari konflik yang berakhir dengan terbunuhnya khalifah ketiga, Utsman bin Affan, yang merupakan kunci perselisihan politik dan agama dalam masyarakat muslim.”* (Abu Zayd, 2003)

Persoalan ini memicu konflik panjang yang tidak pernah selesai yang berkembang semakin meluas dengan pola yang sama atau paling tidak mendekati pola yang sama dengan konflik yang lebih awal. Konflik yang terjadi sejak awal terfokus pada kekuatan opini yang terkoordinasi dalam gerakan revolusi yang memberikan celah munculnya perdebatan pemikiran dan akidah sekitar imamah dan khilafah (Khaldun, 2006). Pola semacam ini berkembang dari persoalan akidah ke persoalan pengetahuan yang melibatkan kebudayaan-kebudayaan asing dari mana pengetahuan itu diambil setelah kekuasaan Islam menyebar dan menduduki wilayah-wilayah baru terutama yang terpengaruh kebudayaan Helenistik. Sejak dahulu sampai sekarang, selalu saja ada kekuatan-kekuatan kultural dan politis yang berupaya menolak semua pengetahuan dari sumber-sumber non-Islam (Khaldun, 2006).

Di satu sisi ada kebutuhan materi yang tidak bisa dihindari dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang hanya mungkin pada zaman itu ditopang oleh kekuasaan setidaknya para penguasa. Seperti teori Ibnu Khaldun bahwa Ilmu pengetahuan hanya tumbuh dalam peradaban dan kebudayaan yang berkembang pesat (Khaldun, 2006). Mesir contohnya menjadi wilayah Islam yang memiliki pusat-pusat pengajaran ilmu pengetahuan yang penting di masa hidup Ibnu Khaldun. Tetapi Ibnu Khaldun kemudian mengungkapkan bahwa Amir-amir Turki mengkhawatirkan terjadinya sikap permusuhan terhadap keturunan yang mereka tinggalkan. Mereka menyadang hak perbudakan dan perwalian. Dikhawatirkan juga terjadi pencaplokan atas kerajaan. Karenanya, amir-amir tersebut banyak mendirikan sekolah-sekolah (*zawiyah-zawiyah*) dan *ribath-ribath*. Mereka mewakafkan harta kekayaan dalam jumlah sangat besar untuk dijadikan sebagai investasi bagi putra mereka (Khaldun, 2006). Sekolah tidak saja berfungsi sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan tetapi sekolah memiliki fungsi politik yang efektif untuk menciptakan hegemoni kultural yang

berasosiasi pada penguasa karena sekolah-sekolah itu sangat bergantung pada harta wakaf milik investornya.

Selanjutnya teori relasi pengetahuan dan negara menjelaskan bahwa sebuah negara berpijak pada dua dimensi dasar, yaitu pengetahuan dan legislasi (Syahrur, 2003). Bagi Syahrur skema inilah yang dibangun oleh Nabi selama periode kenabian yang disarikan dari wahyu dan nubuwah: dimensi pengetahuan (alam dan sejarah) dalam kenabian (nubuwah) dan dimensi legislasi dalam kerasulan (risalah). Legislasi tidak mengandung bukti-bukti di dalam dirinya sendiri dan pengetahuanlah yang dapat membuktikan kebenaran dari legislasi. Maka bagi negara lembaga-lembaga pengetahuan dan kajian ilmiah menjadi corong untuk mempropagandakan legislasi melalui bukti-bukti ilmiah yang berhasil diungkap. Oleh karena itu kerja sama antara penguasa dengan ahli ilmu secara praktis membentuk sebuah otoritas kekuasaan yang kuat yang dapat saja berubah menjadi otoritarianisme.

Otoritarianisme ini bisa terbentuk melalui jejaring pengetahuan, ahli ilmu dan masyarakat awam. Pengetahuan bergantung pada perangkat metodologi yang kuasanya hanya ada pada ahli ilmu dan lembaga-lembaga ilmu pengetahuan. Dan kuasa ahli ilmu berpengaruh langsung atas masyarakat yang tidak memiliki perangkat metodologi. Dan perangkat metodologi itu berlaku atas lembaga-lembaga ilmu pengetahuannya (Syahrur, 2003). Karena masyarakat tidak memiliki akses kepada metodologi, maka mereka diwajibkan bertaqlid kepada ahli ilmu atau institusi di atas mereka. Kita tahu, bahwa lembaga-lembaga ini ada di bawah pengaruh kebijakan politik dan kebijakan strategis para penguasa. Hubungan antara kekuasaan, ahli ilmu, metodologi dan legislasi menjadi struktur yang membentuk mazhab. Mazhab dan kelompok-kelompok dalam Islam dengan sendirinya bagian dari kepanjangan tangan dari kekuasaan (Kuru, 2021).

Untuk kasus Ghazali, kita melihat relasi antara penguasa dengan Madrasah Nizamiyah, Ghazali selaku ahli ilmu di dalamnya yang memegang otoritas tunggal atas pengetahuan yang dikembangkan, penguasa Saljuk selaku pemegang saham atas Nizamiyah yang memiliki kepentingan-kepentingan politik melalui Nizamiyah atas umat. Nizamiyah adalah madrasah yang didirikan oleh Nizam al-Mulk wazir dari dinasti Seljuk yang sangat terkenal (Ashimi, 2022). Dinasti Seljuk sebenarnya tidak memiliki institusi politik formal, kerjasama amir dengan ulama terbangun dengan baik dari tingkat pusat hingga daerah. Ulama telah berjuang untuk mempersatukan rezim militer ini selama abad ke 10 melalui sekolah-sekolah. Nizam al-Mulk adalah seorang wazir Persia yang gigih untuk membangun kembali absolutism kekhalifahan dan kebudayaan di bawah ideology Sunni. Sekolah Nizamiyah yang dibangunnya di Baghdad telah berhasil mendudukan para ulama sebagai patron kuat dari rezim militer (Armstrong, 2002). Kini negara berjalan seperti teori yang dibangun oleh Syahrur para amir yang memegang kuasa atas legislasi dan para ulama melalui fatwa-fatwa mereka memberikan pembenaran yang menguntungkan penguasa. Dan di dalam sekolah-sekolah itu legislasi ditransformasikan kepada wacana episteme yang sangat berguna bagi para penguasa menjadi dasar pengetahuan bagi kebijakan praktik mereka.

### **Otoritarianisme: Patronase Negara Militer dan Ulama**

Ghazali hidup dan berkiprah di lingkungan dinasti Saljuk. Sultan pertamanya adalah Tughril Beg (1037-1063) dengan wazirnya Kunduri seorang bermazhab Hanafi. Dinasti Saljuk bermusuhan dengan Fathimiyah yang didirikan oleh Syi'ah Isma'iliyah juga kaum

Sasaniyah Isma'iliyah. Kunduri seorang pemeluk mazhab Hanafi yang fanatik menyerang mazhab Asy'ariyah dan Syafi'iyah. Juwaini, guru Ghazali di Nisapur, seorang ulama Asy'ariyah dan Syafi'iyah menjadi target persekusi Kunduri dan dia melarikan diri ke Hijaz, di sana rupanya beliau mendapat tempat yang lebih layak karenanya dikenal Imam Haramain. Sementara khalifah Abbasiyah dekat dengan mazhab Hanbali. Kemudian Nizamul Mulk menggantikan Kunduri (1064-1092). Dia mengabdikan diri kepada dua penguasa dinasti ini Alp Arslan (1064-1072) selanjutnya Maliksyah. Nizamul Mulk adalah wazir yang berhasil mendudukkan persoalan perbedaan mazhab di antara penganut Sunni. Biar pun dia seorang Asy'ariy dan Syafi'iy, mazhab Hanafi tetaplah mazhab yang pavorit di kalaitu bahkan sampai abad 19 Turki menganut mazhab Hanafi (Kuru, 2021).

Nizamul Mulk mengakhiri persekusi terhadap ulama-ulama Asy'ariyah dan Syafi'iyah. Juwaini kembali ke Baghdad dan menjadi ulama kepercayaan pemerintah. Ketika Nizamul Mulk mendirikan madrasah-madrasah yang terikat dalam institusi Pendidikan Nizamiyah, Juwaini ditunjuk sebagai pemimpin tertinggi di Nizamiyah. Madrasah-madrasah yang didirikannya didanai dari sumber harta wakaf. Termasuk bantuan-bantuan insentive material untuk para ulama mengalir dari wakaf. Seperti juga *iqta* yang diberlakukan untuk mengelola tanah-tanah milik negara. *Iqta* diperuntukan kalangan militer yang mengakhiri praktik tuan tanah (Kuru, 2021). Nizamul Mulk memfungsikan militerisasi ekonomi dan struktur negara. System ini diikuti oleh banyak dinasti sesudahnya seperti Savawi, Ayubi, Mamluk dan Usmani. Militer dapat menerima keuntungan dari *iqta* (Kuru, 2021).

Nizamiyah secara strategis berfungsi sebagai alat control terhadap para ulama sekaligus alat untuk mempengaruhi ulama secara sistematis melalui pendidikan ulama. Akta madrasah wakaf diatur dan para penerima manfaat wakaf terlibat dalam menentukan pengangkatan para pengajar di madrasah-madrasah di bawah lingkungan Nizamiyah. Dengan begitu melalui Nizamiyah pemerintah dapat mengontrol dan mengawasi lingkungan religious. Jelas di dalam Nizamiyah ini intervensi politik sangat terasa dan berfungsi secara pasti. Melalui Nizamiyah patronase penguasa dan ulama dapat terwujud dengan baik dan sistematis (Kuru, 2021). Ulama dapat mengajar dengan baik di madrasah-madrasah Nizamiyah dan menerima keuntungan-keuntungan dari *iqta*. Nizamul Mulk, sebenarnya seperti kata Kuru, tengah membangun sebuah persekutuan anantara ulama dan negara militer melalui pengelolaan madrasah, wakaf dan *iqta* (Kuru, 2021).

Di dalam pemerintahan Saljuk, militer sebenarnya masalah yang sulit dikendalikan dan karena berbahaya bagi kelangsungan negara. Para amir adalah orang-orang nomaden yang tidak tertarik untuk bertani seperti orang-orang sipil. Mereka memerintah berbagai distrik dan melakukan sentralisasi sendiri. Seperti juga Nizamul Mulk yang mengatur pemerintahan secara mandiri tanpa terhubung dengan Khalifah di Baghdad. Ada pun ulama memiliki pemerintahan sendiri di madrasah-madrasah. Mereka memonopoli pemberlakuan hukum syariah di lembaga-lembaga pengadilan. Melalui peran ulama yang kuat di Nizamiyah, ulama mempersatukan rezim militer yang tercerai-berai. Sehingga ulama mampu berperan melampaui para amir. Kekuasaan para amir bisa bersifat sementara dan tidak mampu membentuk ideologi politik. Semua idealisme kerajaan dikuasai ulama dan para sufi, karena orang-orang Saljuk pada umumnya lebih tertarik pada tasawuf (Armstrong, 2002). Dampak langgengnya pemerintahan Saljuk pada abad-abad berikutnya juga berpengaruh ke gagasan,

sebagaimana tampak sangat kuat dalam karya Ghazali (Kuru, 2021) dan kebudayaan mengarah ke otoritarianisme.

### **C. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan metodologis yang digunakan dalam ilmu sosial, humaniora, dan bidang lainnya untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena yang kompleks melalui pemeriksaan, interpretasi, dan analisis data non-numerik yang terperinci. Tidak seperti penelitian kuantitatif, yang berfokus pada variabel yang dapat diukur dan analisis statistik, penelitian kualitatif menekankan pada menangkap kekayaan, kedalaman, dan konteks pengalaman, kepercayaan, perilaku, dan interaksi sosial manusia. Penelitian kualitatif memungkinkan para peneliti untuk menyelidiki secara mendalam kompleksitas kepercayaan, ritual, tradisi, dan pengalaman hidup Islam. Melalui metode seperti wawancara, observasi partisipan, dan analisis tekstual, para peneliti dapat menangkap nuansa, kehalusan, dan makna subjektif yang mungkin terlewatkan oleh metode kuantitatif (Hennink, 2020).

Dalam penelitian ini analisis dilakukan dengan analisis deskriptif melalui kajian pustakan dan literature. Analisis deskriptif berdasarkan literatur biasanya digunakan dalam berbagai bidang, termasuk penelitian akademis, analisis kebijakan, tinjauan literatur, tinjauan sistematis, dan meta-analisis. Analisis ini menyediakan sarana yang berharga untuk mensintesis pengetahuan yang ada, mengidentifikasi kesenjangan penelitian, dan menginformasikan arah penelitian di masa depan.

### **D. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **Biografi Polemik**

Karya-karya Ghazali memuat tidak saja kekayaan intelektualismenya yang dikenal tajam dan kritis, sekaligus menggambarkan perjalanan karir intelektualnya yang diisi dengan polemic yang berkepanjangan. Terutama sekali karya-karyanya di bidang teologi dan falsafah. Polemic pemikiran yang melibatkan dirinya sebenarnya berada di bawah pengaruh hubungan antara ulama dan negara. *Al-Munqidz Min al-Dhalal*, sebagai sebuah otobiografi, mengisahkan meski tidak seluruhnya setidaknya setidaknya berhasil merekam perjalanan hidupnya sebagai seorang intelektual religious atau ulama. *Al-Munqidz* merekam perjalanan intelektual dan spiritual Ghazali sebagai seorang ulama dan tokoh intelektual terpenting di Bagdad yang karena alasan gangguan kesehatan Ghazali terpaksa meninggalkannya dan pergi ke Nisapur. Sebelumnya, dia mendalami berbagai wacana pemikiran yang dilontarkan oleh banyak kelompok dari ahli kalam, ahli ta'lim (Isma'iliyah), ahli falsafah dan ahli tasawuf. Sebagian ditentangnya dan sebagian diterimanya sampai dia menemukan kebenaran yang diterimanya secara yakin (Ghazali, 1967).

Abu Hamid Muhamad bin Muhamad bin Ahmad Al-Ghazali al-Thusi lahir di Thus-Khurasan 450 H/1058 M. Pendidikan dasarnya di mulai di kota Nisapur dengan mempelajari berbagai disiplin ilmu tradisional, di kota itu beliau bertemu dan berguru kepada Juwaini, imam Haramain yang tersohor (Nasr & Leaman, 2003). Seorang ulama yang menjembatani dirinya untuk meniti karir di Nizamiyah sebagai seorang guru besar yang utama dan penggantinya di masa-masa berikutnya. Juwaini memang menjadi sosok yang banyak



mempengaruhi pemikirannya, terutama sekali di bidang prinsip-prinsip kalam Asy'ariyah (Nasr & Leaman, 2003).

Tahun 478 H/1085 M Ghazali masuk ke dalam lingkaran istana Nizamul Mulk melalui perantara Juwaini. Ghazali sangat disukai oleh Nizamul Mulk dan berteman dekat dengannya, sampai beliau diangkat sebagai pengajar di madrasah Nizamiyah di Baghdad. Karirnya dimulai sebagai pengajar fiqih mazhab al-Syafi'iy tahun 484 H/1091 M. Justru Ghazali menemukan diri kecewa dengan perilaku raja, para pejabat sitana dan para amir yang tidak bermoral dan berkompromi dalam banyak hal dengan para fuqoha dan ulama ortodoks (Nasr & Leaman, 2003). Pada saat justru beliau memberikan loyalitas yang tulus kepada khalifah Abbasiyah, al-Mustazhariy (Nasr & Leaman, 2003).

Dalam kekecewaan itu beliau menulis sebuah buku nasihat bagi para raja yang dialamatkan kepada Sultan Muhammad bin Malik Syah, *al-Tabarru al-Masbuk fi Nashihatil Muluk*. Sebuah buku yang ditulis dengan Bahasa Persia kemudian diterjemahkan ke dalam Bahasa Arab oleh salah seorang dari muridnya (Ghazali, 1988).

Ghazali memilih sikap politik diam, Ghazali memiliki fatwa politik mencela pemberontakan meski terhadap pemerintahan yang menindas dan jahat (Nasr & leaman, 2003). Tertutama sekali di masa persaingan politik ideologi antar negara yang berseberangan. Dinasti Saljuk bersaing dengan Fathimiyah yang beraliansi kepada Syi'ah Isma'iliyah. Menurut Companini sikap ini dipicu oleh rasa takut dan sikap tidak suka terhadap Syi'ah Isma'iliyah yang sampai abad ke 11 masih kuat dalam perlindungan dinasti Fathimiyah dan menyebar luas di Timur Tengah, terutama setelah Hasa al-Shabbah mendirikan kekuatan militer Bathiniyah yang bergerak di bawah tanah, kaum Assasin. Armstrong bahkan menyebut abad ke 10 sampai abad ke 11 adalah abad Syi'ah, karena dominasinya di wilayah politik semakin kuat dan memiliki kemenangan melalui Buwaihi dan Fathimiyah.

Isma'iliyah dipandang Ghazali sebagai bahaya nyata bagi Islam ortodoks kemudian beliau berpolemik melalui karyanya *Fadhaih al-Bathiniyah wa Fadhail al-Mustazhiriyyah* yang ditulis tahun 487 H/1094 M. Sebuah karya yang ditulis sebagai persembahan kepada khalifah Abbasiyah di eranya Mustazhari dan tentu saja untuk melindungi hubungan politik antara Abbasiyah dengan Islam Ortodoks. Kritiknya juga dituangkan di dalam al-Munqidz yang disebutnya dengan Ahlu al-Ta'lim dan al-Bathiniyah untuk menunjuk Isma'iliyah dan Assasiniyah keyakinan mereka dituduhnya mengandung absurditas-absurditas karena meyakini kemaksuman imam yang bertentangan dengan Sunah. Bahkan kepercayaan kepada imam adalah menipu dan mengandung kontradiktif. Dimasanya ortodoksi Sunni dan negara militer bersatu melawan Syi'ah. Dan bagi kelompok Sunni sendiri lebih mudah menetapkan permusuhan terhadap yang "liyan" taitu Syi'ah, Mu'tazilah dan filsuf, dari pada berintrik melawan penguasa (Kuru, 2021).

Antara abad ke 9 dan ke 10, falsafah tumbuh dengan subur, justru dari lingkungan Syi'ah baik di lingkungan Buwaihiyah atau Fathimiyah. Polemik Ghazali dengan filsuf pun tidak bisa dilepaskan dari orientasi politik yang mewarnai kekuasaan dinasti Saljuk. Falsafah dari sudut pandang ini tidak saja berbahaya bagi keyakinan muslim, tapi juga berbahaya bagi ketahanan politik penguasa. Ghazali sendiri di dalam pendahuluan buku *Tahafut al-Falasifah* menyinggung dua nama filsuf besar yang hidup kira-kira satu abad sebelumnya, Abu Nashr al-Farabi dan Ibnu Sina. Tapi Ghazali tidak menyerang filsuf dengan senjata

otoritas dan wahyu ilahi, Ghazali menggunakan teknik-teknik yang sama dengan yang digunakan oleh falsafah. Satu cara yang dianggapnya lebih tepat untuk menjatuhkan lawan debatnya.

Kritik-kritik Ghazali terhadap falsafah di dalam *Tahafut al-Falasifah* sebenarnya sudah dipersiapkan jauh-jauh hari terutama melalui karyanya *Maqashid al-Falasifah*. Setidaknya Ghazali menyebut ada tiga persoalan yang menyebabkan para filosof ini bertentangan dengan kelompok lainnya. Pertama, ada pada persoalan istilah menyebut Sang Pencipta yang dirujuk sebagai Jauhar, yaitu wujud yang berdiri sendiri tidak butuh kepada yang lain. Kedua, para filosof meragukan kenabian para nabi dan rasul. Ketiga, persoalan kebaruan alam, sifat pencipta dan mengingkari kebangkitan jasmani. Karena tiga persoalan ini mereka dianggap sesat. Bahkan di dalam *al-Iqtishoad fil I'tiqod* Ghazali memfatwakan dapat dihukum mati dan hartanya dapat disita (Kuru, 2021).

Meski agak sulit mencari relevansi antara kematian Nizamul Mulk oleh seorang anggota gerakan Bathiniyah yang dipimpin oleh Hasan Shahhab. Namun kelihatannya munculnya buku *Fadhaih al-Bathiniyah* dua tahun (488 H/1094 M) setelah peristiwa pembunuhan terhadap Nizamul Mulk tahun 485 H/1092 M atas permintaan khalifah al-Mustazhhir. Ini diakui Ghazali di dalam *al-Munqidz* setelah merampungkan studinya terhadap falsafah melalui *Maqashid al-Falasifah*. Saat dimana Ghazali tengah berada di puncak karirnya sebagai seorang guru Nizamiyah di Baghdad mengajar setidaknya 300 orang pelajar (Masr & Leaman, 2003). Dari studi-studinya terhadap berbagai buku falsafah di masanya selama kurang lebih dua tahun berjalan, Ghazali sampai pada fatwa bahwa Ibnu Sina dan al-Farabi beserta kelompoknya telah kafir dan wajib dikafirkan (Ghazali, 1967).

Dalam suasana ketegangan polemic antara dirinya, bathiniyah dan para filusuf yang mengakibatkan ancaman-ancaman yang mematikan ditujukan kepadanya, pembunuhan terhadap Nizamul Mulk tidaklah masalah sederhana, tentu saja Ghazali dihatui rasa takut dan tekanan psikologis yang tinggi. Maka tahun 488 H/1095 M Ghazali didiagnosa mengalami sakit gangguan psikologis yang sangat hebat hingga akhirnya meninggalkan Bagdad tahun 1095 M ke Persia untuk beruzlah selama sepuluh tahun sampai tahun 1106 M lalu berhaji ke Mekah dan berziarah ke Madinah. Selama periode ini Ghazali medalami tasawuf melalui buku-buku al-Harits al-Muhasibiy, al-Junaidi, al-Syibliy, dan Abu Yazid al-Bisthamiy. Selama itu beliau menyadari bahwa beliau telah mengambil ilmu yang tidak penting dan tidak bermanfaat bagi perjalanan menuju akhirat.

Atas permintaan Fakhru'l Mulk, seorang wazir kerajaan Saljuk pengganti Nizamul Mulk, untuk meringkas bukunya di bidang fiqih, (al-Wajiz salah satu karyanya dibidang fiqih yang meringkas kitab *al-Wasith* karya Juwaini di bidang fiqih Syafi'iyah). Ghazali akhirnya kembali ke muka publik di Nizamiyah selama dua tahun sampai tahun 503 H/1109 M. Setelah kembali ke khanaqahnya atas permintaan muridnya beliau menulis sebuah risalah pendek berjudul *Ayyuhal Walad*. Nasihat yang ditulis untuk membimbing muridnya yang akan meninggalkan madrasahnyanya. Di dalam teks ini Ghazali Kembali mengingatkan akan bahaya falsafah (Zain & Manik, 2023).

Dua tahun sebelumnya beliau menuliskan perjalanan intelektual dan spiritualnya ke dalam *al-Munqidz Min al-Dhalal* tahun 503 H/1107 M. Di masa inilah Ghazali Menyusun buku ensiklopedis berjudul *Ihya Ulum al-Din* sebagai legasi dari pemikiran pembaruannya yang paling orisinal di bidang ilmu-ilmu keislaman. *Ihya* mengibaratkan rangkuman seluruh

pemikirannya sejak awal beliau meniti karir dengan cara pandang yang berbeda, yaitu pemikiran yang tercerahkan. Di dalam kitab ilmu dari *Ihya* Ghazali masih mengabadikan rangkungan polemiknya dengan para filsuf dengan menilai falsafah bukanlah ilmu yang wajib dipelajari, kecuali logika, matematika dan arsitektur ada pun metafisika haruslah ditinggalkan. Begitu juga polemiknya dengan ahli bathiniyah dari kalangan Ismai'iliyah dan para fuqoha dari kalangan istana yang disebutnya dengan ulama dunia.

Fase baru ini tidak berlangsung lama, beliau hanya menjalani tugasnya untuk dua tahun, tahun 503 H/1109 M beliau kembali ke Thus dan meninggal tahun 505 H/1111 M. Di masa-masa akhir hayatnya ini setelah Ghazali menulis banyak karya di bidang tasawuf, Ghazali justru menerima serangan balik dari pesaing-pesaingnya sebagian justru dari kalangan Sunni ortodoks. *Misykat al-Anwar* adalah salah satu karya Ghazali yang kontroversial karena menganggap Tuhan sebagai cahaya (Heer, 2002). Oleh karena itu beliau menulis sebuah buku untuk mengoreksi kembali berbagai fatwanya *Fiashal al-Tafriqoh baina Islam wal Zindiqoh*, tapi tidak untuk fatwanya tentang filosof, mereka tetap disebut tidak beriman. Meskipun Ghazali bukan orang pertama yang merumuskan fatwa sesat dan kafir kepada para filsuf, fatwa-fatwanya sudah ikut memberikan legitimasi kepada penguasa melakukan inkuisi terhadap banyak tokoh pemikir yang berseberangan dengan visi penguasa.

Amid Safi menganggap warisan intelektual Ghazali bertanggung jawab atas eksekusi Ainul Qudhat. Ainul Qudhat adalah seorang sarjana penyair sufi yang didakwa mendukung ajaran-ajaran Isma'iliyah dan dua falsafah heterodoks yang dianggap Ghazali sesat dan murtad. Peran negatif Ghazali dalam kehidupan intelektual muslim bukan dalam hal rincian pandangannya, melainkan kontribusinya bagi konsolidasi persekutuan ulama dan negara. Khususnya, penegakan gagasan bahwa mereka memiliki pandangan heterodoks dianggap murtad menjadi pilar penting persekutuan ulama-negara dalam menekan lawan keagamaan dan politik (Sayfillaeva, 2019).

### **Ghazali dan Tesis Kemunduran**

Pengaruh Ghazali terhadap pemikiran Islam utamanya kalangan Sunni ortodoks sangat kuat. Setelah masanya banyak pemikir yang mewarisi pemikiran Ghazali dan mengikuti jejaknya dalam mensikapi perkembangan falsafah di dunia Islam. Kritik-kritiknya terhadap falsafah dianggap oleh banyak pemerhati sebagai serangan telak yang mematikan laju perkembangan dan pertumbuhan tradisi falsafah. Asumsi ini sebetulnya masih dapat dikritisi dengan melihat perkembangan-perkembangan ilmu pengetahuan di berbagai wilayah dunia Islam. *Tahafut al-Falasifah* memang secara khusus ditulis oleh Ghazali untuk membendung penyebaran pemikiran falsafah seperti dinyatakannya dalam pendahuluan buku itu "*faliya'lama anna muqtashirun 'ala raddi mazahibihim bihasbi naqali hadzaini rojulaini kae la yantasyiru l-kalam bihasbi intisyari l-mazahib*" ini mengungkap Ghazali tidak saja dirinya tapi juga institusi ilmiah dan politik di belakangnya (dengan menggunakan dhamir nahnu *anna*) benar-benar serius menolak mazhab falsafah yang dikembangkan oleh al-Farabi dan Ibnu Sina (*Hadzaini rojulain*) dan buku ini ditulis untuk membendung penyebaran paham mazhab dua filosof muslim ini (Ghazali, 1966).

Hubungan antara Ghazali dan kemunduran falsafah di dunia Islam tidak bisa dilepaskan dari teori patronase ulama dan negara militer seperti sudah kita singgung di atas. Keberhasilan Ghazali di tahap ini pada usahanya menggeser percaturan politik praktis ke

dalam wacana episteme. Maka Ghazali memasok struktur pengetahuan untuk berbagai langkah politik dan kebijakan-kebijakan penguasa untuk mematikan langkah “yang liyan.” Mulyadhi Kartanegara menyebut serangan Ghazali terhadap falsafah sangat telak dan berhasil membangkitkan sikap antipati kaum muslim terhadap falsafah dan ilmu-ilmu rasional lainnya fisika, metafisika, psikologi, astronomi. Setelah itu falsafah tidak pernah terlihat lagi di dunia Islam (Khususnya Sunni) dan dilihat dengan rasa curiga. Di beberapa tempat pengkajian falsafah secara resmi dilarang, banyak karya filosofis dibakar dan dihancurkan. Di belahan dunia Islam – Sunni – manapun pengaruh Ghazali adalah yang terbesar hingga falsafah tidak dapat bangkit hingga saat ini (Kartanegara, 2007).

Para pengkritik memandang kemunduran tradisi falsafah yang dialamatkan kepada Ghazali sebagai faktornya melihatnya dari berbagai aspek baik epistemologis, teologis, dan politik. Secara epistemologis, kata Starr, Ghazali menempatkan akal rasional lebih rendah (dan mengangkat intuisi, *dzauq*), oleh karena itu akal tidak diizinkan untuk menentang pengetahuan intuisi mistis dan tradisi. Hasilnya dalam membangun klasifikasi ilmu Ghazali mengeluarkan falsafah (dalam pengertian metafisika) dari system pengetahuan Islam. beliau sendiri menggabungkan teologi, tradisi, logika dan sufisme dalam bangunan epistemologinya. Kita bisa membacanya dalam kitab *al-Ilmu* dari Ihya Ulum al-Din. Termasuk di dalam madrasah-madrasah, Ghazali melarang pengajaran falsafah selain logika. Randall Colins menilai, tradisi logika yang berkembang pun mengalami kemandegan sebatas system skolastisisme yang tidak berkembang. Sampai saat ini Masyarakat kita berasumsi logika menjadi pengantar untuk teologi atau ilmu kalam. Sardar pun akhirnya berkesimpulan, tradisi intelektual Islam setelah Ghazali benar-benar mengalami kemunduran (Kuru, 2021).

Kemunduran ini dapat dipahami dalam relasi pengetahuan dan kekuasaan. Dalam relasi ini Ghazali memasok legitimasi teoritis dan kekuasaan memberikan dukungan materi. Hasilnya persekusi terhadap para filosof atau para pemikir heterodoks terus berlanjut. Shalahudin al-Ayubi seorang tokoh yang dikenal yang mengalami pencerahan dan banyak melakukan penaklukan-penaklukan dari Palestina ke Mesir, mendukung ortodoksi Sunni untuk lebih berkembang. Ghazali sangat berambisi untuk menumpas sisa-sisa Fathimiyah dan pengaruhnya dalam kebudayaan. Shalahudin menjual dan menyingkirkan buku-buku perpustakaan di Kairo yang diduga berisi buku-buku Isma’iliyah dengan berdalih pada tindakan Umar ibnu Khatab yang menghancurkan perpustakaan Iskandariya. Sukhrawardi al-Maqtul seorang tokoh *isyraqiyah* dieksekusi dengan tuduhan murtad karena pandangan-pandangannya yang heterodoks (Kuru, 2021).

### **Perkembangan Berikutnya**

Melemahnya kekuasaan Abbasiyah yang terpecah ke dalam negara-negara kecil sebagian ada yang betul-betul mandiri dan sebagian lagi ada yang semi mandiri berkontribusi kepada melemahnya kekuatan politik umat Islam. Segera setelah itu umat Islam menghadapi kekuatan asing yang tengah bangkit Bangsa Mogol, Timur Leng, dan kekuatan Eropa Barat yang menggelorakan Perang Salib. Mengenai kondisi peradaban Islam di bekas wilayah kekuasaan Turki Saljuk memasuki abad ke 13, T.J. De Boer mengungkapkan, peradaban Islam di wilayah timur benar-benar hancur akibat invasi bangsa Mongol “... *menyapu bersih apa pun yang telah dibangun bangsa Turki.*” (De Boer, 2019).

Sehingga umat Islam kehilangan kebudayaannya disana dan tidak ada yang bisa dimanfaatkan lagi untuk mengembangkan seni baru dan merangsang kebangkitan sains dari sumbernya.

Karen Armstrong meriwayatkan kisah penghancuran ini dengan sangat dramatis. Tentara Mongol adalah orang-orang nomaden yang berhasil didisiplinkan oleh Jengis Khan dan berubah menjadi kekuatan penghancur yang sangat ganas. Penyerbuannya terhadap negara-negara Islam dimulai dari wilayah Khawarizmia Turki (1200-1220) yang mendirikan pusat kekuasaannya di Iran dan Oxus dan menginginkan membangun Kembali kekhilafahan muslim yang telah hancur. Jenderal Mongol Hulagu memimpin pasukan yang liar dan ganas menyerbu Iran dan Oxus, Muhammad yang menjadi raja di sana melarikan diri Bersama keluarganya juga anaknya Jalaludin, Hulago mengejar mereka ke seluruh Iran melalui Azerbaijan dan Siriya. Setiap langkah pengejaran ini meninggalkan korban dan kehancuran di belakangnya. Tahun 1231 penyerbuan terhadap wilayah-wilayah Islam telah benar-benar dimulai. Kota-kota Islam dihancurkan. Bukhara tinggal puing-puing, Baghdad berhasil ditaklukan hanya dalam satu kali serangan. Mayat-mayat bergelimpangan memenuhi jalan-jalan kota dan pengungsi melarikan diri ke Syria, Mesir dan India. Dinasti Fathimiyah dan Alamut dibantai habis, dinasti Saljuk menyerah kepada Mongol. Kecuali Baibar seorang penguasa muslim di Mesir dari dinasti Mamaluk yang mengukudeta Solahudin. Berhasil mengalahkan serangan Mongol di tanah Palestina, juga kerajaan Mughol di India berhasil mengalahkan tantara Mongol. Bangsa Mongol pun menghentikan ekspansinya dan mencukupkan diri untuk menetap di wilayah-wilayah yang berhasil dikuasainya, lembah Syr-Oxus yang dikuasai oleh Mongol Chagatay, Irtyd diduduki oleh Kelompok Putih, sungai Volga dikuasai oleh Kelompok Emas, Hulago tetap setia kepada Jengis Khan di Cina (Armstrong, 2002).

Kontak orang-orang Mongol dengan Islam di wilayah-wilayah taklukannya membuahkan hasil yang positif, seperti hikmah keyakinan Islam “di balik segala peristiwa ada hikmahnya” maka pada akhir abad ke 13 dan permulaan abad ke 14 keempat kerajaan Mongol itu memeluk Islam. Bangsa Mongol selanjutnya menjadi kekuatan penting bagi perkembangan selanjutnya peradaban Islam. Kerajaan-kerajaan dikendalikan dengan semangat militerianisme yang kuat. Ulama tidak mendapatkan tempat yang kuat, syari’ah tidak diizinkan dijadikan sumber hukum. Ulama tidak diberikan wewenang untuk berijtihad. Terjadi kesepakatan bersama bahwa pintu ijtihad telah ditutup. Sampai awal abad ke 20 ketika sebagian kaum muslimun menyadari perlunya ada usaha memikirkan dan menafsirkan Islam kembali agar dapat menjawab tantangan zaman, seperti yang disuarakan oleh al-Afghani, Abduh, juga Iqbal dan lain-lain, justru suara penentang dan kecaman atas ide ijtihad dan pembaruan Islam muncul dari lingkungan ortodoksi Sunni, seorang Qadhi mazhab Syafi’iy Syekh Yusuf bin Isma’il al-Nabhani dengan keras mengecam segala bentuk ijtihad mutlak sebagai kebohongan dan pelakunya tidak layak disebut ulama Islam yang membahayakan umat Islam. Setelah ini bukan saja tradisi falsafah yang mengalami kemunduran, tapi tradisi pemikiran Islam secara keseluruhan mengalami kemunduran (Al-Nabhani, 2007).

## E. Kesimpulan

Kemunduran tradisi falsafah dalam dunia Islam sebetulnya tidaklah berlaku merata, di dunia Syi'ah falsafah justru berkembang dengan baik, kemunduran dan kemandegan tradisi ini berlaku pada dunia Sunni. Abad ke 12 menandakan masa awal tidak saja untuk kemunduran gairah studi falsafah tapi juga ini adalah awal terbentuknya ortodoksi yang membawa homogenisasi kehidupan beragama. Setidaknya ada dua faktor penting yang mendorong terjadinya dua fenomena sejarah ini (kemunduran tradisi falsafah dan ortodoksi Sunni), faktor pertama adalah keberhasilan militer dalam mengendalikan kekuasaan dan menjadikan ulama sebagai patron yang kuat dalam mengendalikan masyarakat. Faktor kedua adalah kritisisme yang dimiliki oleh Ghazali yang mentargetkan studi-studi rasional yang diadopsi dari asing yaitu falsafah dan ilmu-ilmu rasional lainnya. Hingga akhirnya baik ulama yang diwakili Ghazali atau penguasa sama-sama membutuhkan dukungan yang satu atas yang lain. Penguasa memegang kendali melalui hukum sementara ulama memegang kendali rakyat melalui fatwa dan institusi-institusi mereka, terutama madrasah.

## Referensi

- Abū Zayd, N. H., Kasdi, A., Hasan, H., Edidarmo, T., & Bachtiar, T. A. (2003). *Menalar firman Tuhan: wacana majas dalam al-Quran menurut mu'tazilah*. Mizan, Bandung.
- Akhtar, S. (2002). *Islam agama semua zaman*. Zahra Publishing House.
- Al-Nabhani, Y, I. (2007). *Syawahid al-Haq fil Istighatsah bi Sayidil Khalaq*. Beirut: Daar al-Kutub al-Ilmiyah
- Apriani, D., Williams, A., Rahardja, U., Khoirunisa, A., & Avionita, S. (2021). The Use of Science Technology In Islamic Practices and Rules In The Past Now and The Future. *International Journal of Cyber and IT Service Management*, 1(1), 48-64.
- Armstrong, K. (2002). *Islam: A Short History (Sepintas Sejarah Islam)*, terj. Oleh Ira Puspito Rini. Yogyakarta: Ikon Teralitera.
- Ashimi, T. A. (2022). The Classification of Knowledge in Islam by Imam Al-Ghazali and Al-Farabi: A Comparative Study. *International Journal of Advanced Research in Islamic and Humanities*, 4(3), 77-84.
- Bacik, G. (2023). Abu Hamid al-Ghazali in Our Times: How al-Ghazali is Interpreted and Transmitted in the Contemporary Turkish Context. *Tashwirul Afkar*, 42(1), 27-58.
- Ghazali, A, H. (1966). *Tahafut al-Falasifah*, Kairo: Daar al-Ma'rifah,
- Ghazali, A, H. (1988), *al-Tabarru al-Masbuk fi Nashihatil Muluk*, Beirut: Daar al-Kutub al-Ilmiyah.
- Ghazali, A. H. (1967). *Al-Munqidz Min al-Dhalal wa al-Mushil ila Dzi al-Izzati wa-aljalal*. Beirut: Dar al-Andalus.

- Heer, Nicholas (2002). *Tafsir Esoteris al-Quran Abu Hamid Gazali*, dalam *Wawasan Sufi: Sufisme Persia Klasik dari Permulaan Hingga Rumi (700-1.300)*. Yogyakarta, Pustaka Sufi
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods*. Sage.
- Kartanegara, M. (2007). *Mengislamkan Nalar: Sebuah Respon Terhadap Modernitas*. Erlangga.
- Kaukua, J. (2020). Post-Classical Islamic Philosophy—A Contradiction in Terms?. *Nazariyat: Journal for the History of Islamic Philosophy and Sciences*, 6(2).
- Khaldun, Ibnu. (2006). *Muqaddimah Ibnu Khaldun*. Firdaus, Jakarta
- Kuru, A. T. (2021). *Islam, Otoritarianisme, dan Ketertinggalan*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Kuru, A. T. (2021). *Islam, Otoritarianisme, dan Ketertinggalan*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Manj, M. S., Pracha, K., Bano, R., Khalid, A., Tareen, S., & Naz, T. (2021). Rise and Decline of Islamic Civilization & Cultural Identity in Historic Perspective and Role of Muslim Thinkers in Rebuilding Process. *Multicultural Education*, 7(8).
- Mujahid, I. (2021). Islamic orthodoxy-based character education: creating moderate Muslim in a modern pesantren in Indonesia. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 11(2), 185-212.
- Nasr, S. H., & Leaman, O. (2003). Ensiklopedi Tematis Filsafat Islam, terj. *Tim Penerjemah Mizan*. Bandung: Mizan.
- Rahmadani, L. (2023). Imam Al-Ghazali dan Pemikirannya. *Jurnal Ekshis*, 1(1), 23-31.
- Sayfillaeva, D. (2019). THE History of Ideological Views That Influenced The Formation Of The Worldview Of Abu Hamid Ghazali. *Theoretical & Applied Science*, (4), 82-84.
- Syahrur, Mahmud. (2003). *Tirani Islam: Genealogi Masyarakat dan Negara*. Yogyakarta, LKis.
- Topal, A. (2022). Did Islamic Law Cause Islamic Civilization to Decline?. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (53), 595-616.
- Zain, A. Z. M., & Manik, Y. M. (2023). Literatur Pendidikan Akhlak dalam Prespektif Kitab Ayyuhal Walad Karya Imam Al-Ghazali. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 3(01), 191-195.

# Korean Wave, Kesadaran Halal dan Literasi Halal Pada Konsumen Makanan Korea: Studi Kasus Generasi Z di Yogyakarta

Adam Yazly Putra<sup>1</sup>, Fitri Eka Aliyanti<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

## INFO ARTIKEL

Received: 26 October 2023  
Accepted: 28 March 2024  
Published: 31 March 2023

Email Penulis:  
[\\*fitri.eka@uii.ac.id](mailto:*fitri.eka@uii.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel Korean wave, kesadaran halal, dan literasi halal terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi. Populasi di dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berada di D.I. Yogyakarta sebanyak 100 responden dengan metode pengambilan sampel purposive sampling. Metode pengambilan data pada penelitian ini menggunakan sebaran kuesioner yang disebarakan kepada seluruh populasi menggunakan google form. Metode analisis yang digunakan pada data menggunakan analisis linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Korean wave berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan Korea Bulgogi. Kemudian variabel kesadaran halal tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea Bulgogi. Namun variabel literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea Bulgogi. Sedangkan secara simultan, Korean wave, dan literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan Korea bulgogi, dan kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap minat beli produk makanan Korea Bulgogi.

Keywords: Korean wave, kesadaran halal, literasi halal, minat beli, Generasi Z

## A. Pendahuluan

*Korean wave/Hallyu* merupakan sebuah fenomena global dan telah menjadi sebuah tren yang menggemparkan di kalangan anak muda bahkan orang dewasa di dunia, khususnya para perempuan yang menyukai dan menjadi penggemar *Hallyu*. Gelombang ini dimulai dari negaranya sendiri yaitu Korea Selatan, kemudian akhirnya menyebar ke seluruh penjuru dunia, mulai dari Asia, Eropa hingga Amerika. *Korean wave booming* melalui budaya, industry drama televisi, film, *variety show*, dan industri musik. Kemudian *Korean wave* merambah ke budaya lain seperti fashion, bahasa Korea hingga kuliner. (Oktaviani & Pramadya, 2021)

Melihat potensi pertumbuhan *Korean wave* yang cepat di Indonesia, Korea Selatan mengidentifikasi Indonesia sebagai pasar yang menjanjikan untuk memasarkan produk makanan mereka. Namun, ada tantangan yang muncul karena Korea Selatan adalah negara sekuler yang memisahkan agama dari urusan negara, sedangkan Indonesia memiliki pandangan yang berbeda, mengharuskan warganya memiliki identitas agama. Impor produk daging dari Korea Selatan menimbulkan kekhawatiran bagi komunitas Muslim Indonesia.



Oleh karena itu, pertanyaannya adalah apakah Korea Selatan bersedia untuk berkolaborasi dalam industri makanan halal di Indonesia, khususnya dalam pengolahan daging yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. (Prameswari et al., 2022)

Meningginya popularitas penggemar *Hallyu* di Indonesia berdampak signifikan pada perkembangan budaya Korea di Indonesia dengan cepat. Ini tercermin dalam industri makanan, di mana restoran khas Korea Selatan telah menyebar di berbagai daerah Indonesia. Namun, sebagian masyarakat Indonesia adalah Muslim, sehingga tidak semua hidangan Korea halal. Beberapa hidangan Korea menggunakan daging babi, minyak babi, dan alkohol sebagai bahan, sementara restoran Korea lainnya mengikuti standar halal yang berlaku di negara mayoritas Muslim seperti Indonesia. Mereka menggunakan daging sapi, kambing, dan ayam yang disembelih dengan menyebut nama Allah, serta mengikuti prosedur sertifikasi halal, menjamin bahwa hidangan mereka menggunakan bahan halal dan mematuhi prinsip syariah Islam dalam pembelian hewan.

Banyak dari masyarakat yang beragama Islam masih cenderung mengonsumsi produk makanan hanya karena sedang tren, tanpa memperhatikan apakah produk tersebut benar-benar halal atau memperhatikan bagaimana proses pengolahan makanan tersebut sesuai dengan prinsip halal. Kesadaran akan kehalalan adalah tingkat pengetahuan konsumen Muslim dalam mencari dan mengonsumsi produk yang memenuhi ketentuan syariah Islam berdasarkan keagamaan mereka. Ini penting untuk menjaga loyalitas konsumen di Indonesia dan juga dapat mempengaruhi fenomena *Korean wave* melalui sektor makanan. Oleh karena itu, produsen makanan Korea harus berusaha meyakinkan konsumen bahwa produk yang mereka jual telah memenuhi standar kehalalan. (Firdaus et al., 2022)

Dalam agama Islam, terdapat dua persyaratan kunci dalam konteks literasi halal yang sesuai dengan syariat Islam agar sebuah makanan dianggap halal, yaitu kehalalan bahan yang digunakan dalam makanan tersebut dan proses pengolahannya yang juga harus sesuai dengan ketentuan syariah Islam. (Rektiansyah & Auwalin, 2022) Misalnya, daging sapi harus disembelih sesuai dengan aturan syariah Islam sehingga dapat dianggap sebagai bahan mentah yang halal untuk diolah menjadi hidangan daging yang sesuai syariah. Kesadaran halal bukan hanya mengenai persyaratan produk yang dikonsumsi oleh umat Muslim, tetapi juga dapat menjadi gaya hidup yang diterapkan oleh semua kalangan. Dengan gaya hidup halal, seseorang diajarkan untuk menjalani kehidupan sehat, dan ini adalah konsep yang perlu kita tanamkan sehingga kehidupan halal menjadi tren yang dapat memengaruhi generasi muda untuk lebih peduli terhadap kesadaran halal. (Jannah & Al-Banna, 2021).

## **B. Kajian Literatur**

### ***Korean Wave***

*Korean wave* atau gelombang Korea adalah terjemahan dari istilah (*Hallyu*) atau dalam bahasa Korea artinya adalah arus Han. Han sendiri mengacu pada hankuk atau Korea sedangkan arus yang berarti aliran, istilah ini diciptakan dari media masa yang berasal dari cina asal muasal *hallyu* ini terjadi. *Korean wave* diciptakan oleh media masa cina pada belasan tahun yang lalu, merujuk pada bagaimana populernya budaya Korea di Cina Ketika drama Korea di ekspor dan menjadi sangat booming pada saat itu, *Korean wave* atau *Hallyu* adalah fenomena mengalirnya budaya Korea selatan ke dalam dunia internasional, fenomena

ini mengalir berupa drama, film, musik, bahasa, budaya, fashion, kosmetik, hingga makanan. (Ri'aeni, 2019) Menurut (Puspitasari et al., 2023) terdapat 4 indikator didalam *Korean wave* yang dimana diantaranya adalah pemahaman (understanding), sikap atau perilaku (attitude and behavior), persepsi (perception) dan Imitasi (imitation).

H<sub>1</sub> : *Korean wave* berpengaruh terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta pada Produk makanan Korea Bulgogi.

### **Kesadaran Halal**

Kesadaran halal merupakan suatu tingkat pemahaman umat islam atau seorang muslim dalam mengetahui masalah terkait konsep Halal. Kesadaran halal dapat diketahui melalui mengertinya seorang muslim atau tidak mengertinya seorang muslim tentang apanya halal itu sendiri. Dan seorang muslim turut memprioritaskan produk halal dalam mengkonsumsi barang atau makanan tersebut. Semakin paham seorang muslim dalam memahami konsep halal, proses halal, serta prinsip yang terkandung dalam syariat islam maka, seorang muslim itu akan lebih selektif dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. (Pratiwi et al., 2022)

Kesadaran halal terdapat dua indikator yang membawa seorang muslim untuk memiliki kesadaran halal yaitu meliputi pemahaman produk yang dimiliki seorang muslim dan mengetahui proses produksi, kesadaran halal suatu produk yang sesuai dengan standar halal yang ada di agama islam dapat menjadi suatu syarat mutlak bagi seorang konsumen muslim dan produsen muslim dalam mengkonsumsi dan memproduksi suatu produk makanan. (Hendradewi et al., 2021).

H<sub>2</sub> : Kesadaran Halal berpengaruh terhadap Minat Beli generasi Z yang ada di Kota Yogyakarta pada Produk Makanan Korea Bulgogi.

### **Literasi Halal**

Literasi Halal adalah sebuah pengetahuan, pemahaman, kesadaran, keterampilan bagi seseorang dalam mengenali tentang sesuatu produk yang dikonsumsi. Halal dan haramnya suatu produk tidak hanya dilihat dari label halal saja, tetapi faktor pemahaman produk bagi seseorang yang konsumsinya juga penting. Literasi Halal menjadi sebuah kemampuan dalam membedakan barang dan jasa baik halal atau haramnya dengan berlandaskan hukum islam. (Pratama & Hartati, 2020)

Terdapat 3 Indikator dalam memahami Literasi halal yaitu kesadaran Halal, Bahan makanan, serta Sertifikasi Halal, kehalalan suatu produk bukan hanya terletak pada label halal saja namun, pemahaman akan proses produksi dan bahan makanan yang digunakan berdasarkan syariat islam atau tidak adalah suatu hal yang penting dalam membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Dan hal tersebutlah menjadi hal penting kenapa seseorang harus memiliki pemahaman Literasi Halal. (Setyowati & Anwar, 2022).

H<sub>3</sub> : Literasi Halal Berpengaruh Terhadap Minat Beli Generasi Z yang ada di Yogyakarta pada Produk Makanan Korea Bulgogi.

## Minat Beli

Minat beli adalah rencana sadar individu dalam melakukan upaya untuk membeli suatu produk, minat beli dapat dikatakan keinginan seorang dalam membeli produk, dan minat beli dapat mencerminkan perilaku jangka pendek konsumen pada masa yang akan datang untuk keputusan pembelian di masa depan.(Oktavianingtias & Muslichah, 2021). Minat beli seseorang diatur oleh keyakinan agama, norma sosial yang berlaku, dan juga dipengaruhi dari perilaku sosial dengan teman atau keluarga yang mendorong individu seseorang dalam membeli sesuatu.(Rektiansyah & Auwalin, 2022) Minat beli yang dimiliki seorang konsumen juga berasal dari sikap dan penilaian konsumen terhadap suatu produk serta factor eksternal dari produk, sikap, penilaian, dan factor eksternal merupakan factor yang sangat penting dalam memprediksi perilaku seorang konsumen, dan minat beli dapat mengukur seberapa besar kemungkinan konsumen untuk membeli produk, yang dimana semakin tinggi minat beli maka akan semakin tinggi pula minat konsumen dalam membeli produk.(Vizano et al., 2021).

H<sub>4</sub> : *Korean wave*, Kesadaran halal, Literasi Halal berpengaruh terhadap minat beli generasi Z yang ada di Yogyakarta pada produk makanan Korea Bulgogi.

## Generasi Z

Generasi Z adalah mereka yang lahir setelah tahun 1997 sampai dengan tahun 2012 yaitu pada saat ini mereka yang berumur 26 tahun sampai dengan umur 8 tahun, generasi Z sering disebut sebagai generasi pasca milenial.(Indonesia, 2021) Generasi Z merupakan generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk terlibat komunitas dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk memperluas manfaat yang ingin generasi ini berikan, generasi ini mempercayai akan pentingnya komunikasi dalam penyelesaian konflik dan sebuah perubahan datang melalui adanya dialog.

Generasi Z terbuka akan pemikiran tiap individu yang berbeda serta gemar berinteraksi dengan individu maupun kelompok yang beragam, serta dikenal sebagai generasi yang kreatif dan inovatif. Generasi ini merupakan generasi yang erat terhadap teknologi (*digital native*) hal tersebut dikarenakan generasi ini lahir di era ponsel pintar, tumbuh Bersama dengan kecanggihan pada teknologi computer serta memiliki keterbukaan akan akses internet lebih mudah dibandingkan generasi sebelumnya, dan generasi Z dikenal sebagai generasi digital.(Sakitri, 2021)

Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara beberapa faktor utama, yaitu Korean Wave, kesadaran halal, dan literasi halal terhadap minat beli. Korean Wave, sebagai faktor pengaruh dari Generasi Z, dimulai dengan tayangan K-drama dan konten mukbang dari negara asalnya. Generasi Z merupakan generasi digital yang belajar dan beradaptasi dari dunia digital. Tayangan dari K-drama dan konten mukbang berpengaruh kuat pada generasi ini, menciptakan minat dan tren baru. Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, memiliki hubungan erat dengan isu-isu halal. Seorang muslim diatur dalam syariat agama untuk mengkonsumsi makanan halal, dan harus memiliki pengetahuan untuk mengidentifikasi produk yang halal dan thayyib. Kesadaran halal merupakan pemahaman seorang muslim tentang pentingnya mengkonsumsi produk halal.

Untuk mencapai pemahaman dan kesadaran tersebut, diperlukan pengetahuan dan literasi tentang produk halal serta cara membedakan produk halal dan *thayyib*. Sementara itu, produk makanan Korea seperti bulgogi berasal dari negara mayoritas non-muslim. Tayangan dari K-drama dan konten mukbang yang memengaruhi Generasi Z berasal dari negara mayoritas muslim. Oleh karena itu, penting bagi seorang muslim untuk memiliki kesadaran dalam mengonsumsi produk halal dan melakukan penelitian terhadap produk tersebut sebelum mengonsumsinya. Dalam agama Islam, pengetahuan tentang proses penyembelihan daging adalah penting, karena bulgogi sendiri berbahan dasar daging. Secara keseluruhan, teori ini menyimpulkan bahwa kesadaran halal didasarkan pada pemahaman produk dan proses produksi, sedangkan literasi halal mencakup pemahaman dan pengetahuan tentang bahan-bahan yang digunakan serta memahami apakah produk tersebut telah memenuhi persyaratan sertifikasi halal.

### C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu pada data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dari wawancara dan penyebaran melalui angket kuesioner kepada responden, sedangkan pada data sekunder diperoleh dari sumber resmi atau jurnal penelitian sebagai acuan pada penelitian. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah definisi, pengukuran data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah dari sampel atau populasi yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan survey untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan responden. (Ahmad, 2016).

Teknik analisis yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Teknik analisis ini digunakan untuk dapat mengetahui hubungan dari berapa variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis data pada analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan pada software SPSS versi 26. Adapun persamaan dari hasil regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Populasi dari penelitian ini adalah remaja pecinta makanan Korea yang ada di kota Yogyakarta dan sampel yang diambil yaitu perwakilan dari populasi atau responden remaja pecinta makanan Korea yang diambil dari kuesioner penelitian. dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* untuk dapat menentukan besaran sampel pada penelitian ini. (Suwitho, 2022). Dari perhitungan tersebut diperoleh sampel sebanyak 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100, sampel pada penelitian ini yaitu merupakan generasi Z yang menggemari budaya dan kuliner Khas Korea yang berjumlah 100 Responden. Pada penelitian ini pengambilan sampelnya menggunakan Teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tanpa bersumber pada random, wilayah maupun strata, melainkan bersumber pada terdapatnya pandangan yang berfokus pada tujuan tertentu. (Lenaini, 2021).

Pada Studi kasus penelitian ini meneliti dan menganalisis perilaku pemikiran dan pandangan visual terhadap kesadaran halal dan literasi halal pada generasi Z penggemar

budaya dan kuliner khas Korea terhadap perilaku minat beli, dikarenakan kebanyakan dari generasi ini terkenal akan gemarnya terhadap *Hallyu* atau disebut dengan *Korean wave*, dan banyak dari generasi ini memiliki komunitas atas sesama penggemar *Korean wave*, serta mereka memiliki pengaruh dalam penyebaran komunitas penggemar di negara Indonesia dan dengan kegemarannya ini pula kebanyakan dari mereka tertarik terhadap kuliner khas dari Korea Selatan, namun kebanyakan dari mereka tidak memperhatikan prosedur pengelolaan makanan halal dikarenakan minat beli tersebut didasarkan oleh faktor kegemaran mereka terhadap budaya dan kuliner khas Korea Selatan, namun ada juga dari kebanyakan mereka yang benar benar memiliki kesadaran halal dan memperhatikan setiap prosedur pengelolaan makanan Halal di Indonesia. Dari hal tersebut terdapat Indikator yang mempengaruhi pada penelitian ini yaitu:

- a. Indikator pada *Korean wave* (Puspitasari et al., 2023), (Lupitasari E, 2022)
  1. Pemahaman (*Understanding*)  
Memahami sifat dan arti keanekaragaman dan multikulturalisme
  2. Sikap dan perilaku (*Attitude dan Behavior*)  
Evaluasi konsumen atas kemampuan atribut suatu produk atau merek alternatif yaitu untuk dapat memenuhi kebutuhan dalam perilaku pembelian konsumen.
  3. Persepsi (*Perception*)  
Proses bagaimana individu memilih, mengorganisasikan serta memberikan kesan dan informasi dalam menciptakan suatu gambaran yang memiliki arti.
  4. Imitasi (*Imitation*)  
Perilaku yang ditimbulkan karena menjalani suatu proses yang panjang dan dapat memperoleh suatu kebiasaan, yang dipengaruhi oleh suatu yang menarik seperti artis (Idol) atau seseorang yang dikagumi.
- b. Indikator pada Kesadaran halal (Hendradewi et al., 2021)
  1. Pemahaman Produk  
Perilaku muslim yang menyadari akan kesadaran halal didasarkan oleh pemahaman produk yang akan dikonsumsi oleh seorang muslim tersebut.
  2. Proses Produksi  
Sahnya suatu produk dikatakan halal adalah produk yang diketahui bahwasannya dalam proses pengelolaannya berdasarkan anjuran dan kewajiban yang terkandung di dalam Syariat Hukum islam seperti contohnya seperti proses pengelolaan daging Qurban.
- c. Indikator Literasi Halal (Setyowati & Anwar, 2022)
  1. kesadaran Halal  
seseorang muslim yang paham akan literasi halal disebabkan adanya suatu kesadaran dari seorang muslim yang ingin mengkonsumsi suatu hal seperti layaknya makanan, produk layanan jasa yang sesuai dengan syariat islam dan sudah terbukti halal suatu hal tersebut.
  2. Bahan makanan  
Pengetahuan dalam mengkonsumsi produk diketahui kehalalannya didasarkan dalam mengetahui bahwasannya produk tersebut sudah teruji melalui pengelolaan yang dijalankan sudah sesuai dengan syariat islam.

3. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal digunakan seorang muslim sebagai sebuah bukti kesahan suatu produk dikatakan sudah halal melalui pemantauan proses administrasi, proses pengelolaan, dan proses penyajiannya.

**D. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

**Regresi Linier Berganda**

Penyebaran Kuesioner pada penelitian ini disebarkan kepada muslim/muslimah generasi Z di D.i Yogyakarta menggunakan Google Form dengan menghasilkan data primer yang diolah untuk memperoleh kesimpulan yang tepat dari hipotesis yang telah di rumuskan. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukanlah uji regresi linier berganda. Berikut adalah hasil dari uji regresi antara variabel *Korean wave* (X1), kesadaran halal (X2) dan literasi halal (X3) sebagai variabel bebas terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi sebagai variabel terikat (Y).

Tabel 1. Hasil Uji Regresi 1

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | 8.561                       | 2.506      |                           | 3.416 | .001 |
| <i>Korean wave</i> | .095                        | .037       | .221                      | 2.556 | .012 |
| Kesadaran halal    | .130                        | .107       | .141                      | 1.216 | .227 |
| Literasi Halal     | .331                        | .098       | .403                      | 3.398 | .001 |

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan data output di Tabel 1, model regresi pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 8.561 + 0.095(X1) + 0.130 (X2)+ 0.331(X3) + 2.506$$

Intepretasi dari persamaan regresi linier berganda sebgai berikut:

- a. Apabila *Korean wave* (X1), kesadaran halal (X2) dan literasi halal (X3) tidak ada atau diasumsikan sama dengan (0), maka minat beli produk makanan Korea bulgogi naik sebesar 8.561.
- b. Minat beli produk makanan Korea bulgogi akan meningkat 0.095, apabila *Korean wave* meningkat satu satuan dengan asumsi kesadaran halal (kesadaran halal) dan literasi halal secara konstan.
- c. Minat beli produk makanan Korea bulgogi akan meningkat 0.130, apabila kesadaran halal (kesadaran halal) meningkat satu satuan dengan asumsi *Korean wave* dan literasi halal secara konstan.

- d. Minat beli produk makanan Korea bulgogi akan meningkat 0.130, apabila literasi halal meningkat satu satuan dengan asumsi *Korean wave* dan kesadaran halal (kesadaran halal) secara konstan.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Besaran kontribusi dari variabel bebas pada penelitian ini terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan melakukan uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai dari R Square 0.410 yang dapat dijelaskan bahwa ketiga variabel bebas memberikan kontribusi kepada minat beli produk makanan Korea bulgogi sebesar 41%.

### Uji Parsial (Uji-t)

Ada atau tidak adanya pengaruh secara parsial antara variabel bebas yang terdiri dari *Korean wave* (X1), kesadaran halal (X2), literasi halal (X3) terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi (Y) dapat diketahui dengan melaksanakan uji parsial. Untuk dapat mengetahui nilai t tabel, maka perhitungan didasarkan pada derajat kebebasan  $df = n - k$  dengan taraf signifikansi sebesar 0.05 atau 5% yaitu  $t_{\alpha/2, df} = t_{0.05/2; df} = t_{0.025; df} = t_{0.025; 96} = 1.984$ .

Tabel 2. Hasil Uji Regresi 2

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |      |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |      |
| 1     | (Constant)                  | 8.561      | 2.506                     |      | 3.416 | .001 |
|       | <i>Korean wave</i>          | .095       | .037                      | .221 | 2.556 | .012 |
|       | Kesadaran halal             | .130       | .107                      | .141 | 1.216 | .227 |
|       | Literasi Halal              | .331       | .098                      | .403 | 3.398 | .001 |

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Berdasarkan dari hasil tabel 2 dapat dijelaskan bahwa nilai dari X1 yaitu *Korean wave* memiliki nilai sebesar  $2.556 > 1.984$  maka dapat dijelaskan bahwa Variabel X1 berpengaruh terhadap variabel minat beli (Y), sedangkan untuk variabel X2 yaitu kesadaran halal tidak berpengaruh dikarenakan memiliki nilai yaitu sebesar  $1.216 < 1.984$ . namun untuk variabel literasi halal berpengaruh paling besar yaitu memiliki nilai sebesar  $3.398 > 1.984$ .

### Uji Simultan (Uji-F)

Pengaruh atau tidaknya tiga variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini secara simultan dapat diujikan dengan menggunakan uji F atau uji simultan. Berikut adalah hasil uji regresi yang menunjukkan fhitung.

Tabel 1 Hasil Uji Regresi 4

| Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 298.474        | 3  | 99.491      | 22.239 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual   | 429.486        | 96 | 4.474       |        |                   |
| Total      | 727.960        | 99 |             |        |                   |

Sumber: Data Primer Diolah Penulis, 2023

Dapat dilihat melalui Tabel 5 bahwa  $f_{hitung}$  sebesar 22.239 sedangkan pada  $f_{tabel}$  2.70, dapat diartikan bahwa  $f_{hitung} 22.239 > f_{tabel} 2.70$  dan untuk nilai signifikasinya sebesar  $0.00 < 0.05$ , maka untuk  $H_4$  diterima dan untuk  $H_0$  ditolak, yang dapat diartikan bahwa variabel *Korean wave*, variabel kesadaran halal dan variabel literasi halal secara simultan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi.

## Pembahasan

### **Pengaruh *Korean Wave* Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea Bulgogi.**

Berdasarkan hasil uji t dan uji f pada variabel *Korean wave*, dapat dinyatakan bahwa *Korean wave* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi. Hal tersebut disebabkan oleh kegemaran generasi Z terhadap kebudayaan Korea Selatan yang dipengaruhi oleh media digital yang menyebabkan generasi Z memiliki ketertarikan terhadap minat beli kuliner khas dari Korea Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Korean wave* (X1) berpengaruh positif terhadap minat beli Gen Z. Hal ini disebabkan oleh minat beli Gen Z yang didasari oleh faktor kegemaran terhadap budaya Korea, termasuk makanan, pakaian, musik, film, tarian, dan kosmetik, seperti yang dijelaskan dalam penelitian sebelumnya. Penelitian juga menunjukkan bahwa pengaruh *Korean wave* sangat signifikan, karena Gen Z tertarik untuk mempelajari budaya Korea Selatan sebagai hiburan, yang memperkuat hubungan antara *Korean wave* dan minat beli mereka. (Hendradewi et al., 2021)

### **Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea Bulgogi.**

Berdasarkan hasil uji f secara simultan kesadaran halal memiliki pengaruh sedangkan secara parsial didalam uji t kesadaran halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi. Hal tersebut dikarenakan kegemaran secara berlebihan yang dimiliki generasi Z terhadap budaya Korea dapat menutupi adanya kesadaran halal pada produk makanan dan juga kurangnya memperhatikan dalam kriteria produk halal melalui sikap kritis dalam memiliki minat beli terhadap produk makanan Korea, dan juga kesadaran halal dapat berpengaruh jika generasi Z dapat mengambil sikap untuk kritis dalam memiliki minat beli pada produk makanan Korea.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal (X1) memiliki pengaruh negatif terhadap minat beli. Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam, dengan



penelitian (Tri Cahya, 2016) menunjukkan bahwa kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, tetapi (Hendradewi et al., 2021) menemukan bahwa kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli, terutama jika melalui sikap. Penelitian lainnya oleh (Muslichah et al., 2020) menunjukkan tingkat kesadaran yang tinggi terhadap makanan halal dan pengaruh positif pada keputusan pembelian, dengan religiusitas berperan sebagai faktor moderasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kesadaran halal adalah faktor penting dalam niat pembelian makanan halal, dan kampanye pemasaran yang fokus pada kesadaran dan sertifikasi halal yang dapat diandalkan diperlukan untuk menginformasikan konsumen tentang produk halal.

### **Pengaruh Literasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea Bulgogi.**

Berdasarkan hasil uji t dan uji f variabel literasi, dapat dinyatakan bahwa literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi. Semakin tinggi pemahaman generasi Z pada literasi halal maka akan semakin tinggi juga minat beli terhadap makanan Korea bulgogi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi halal berpengaruh signifikan terhadap minat beli, khususnya pada generasi Z. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan mereka tentang literasi halal, semakin tinggi minat mereka dalam membeli produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari penelitian (Pratama & Hartati, 2020) dan (Setyowati & Anwar, 2022), yang juga menunjukkan bahwa literasi halal berpengaruh terhadap minat beli makanan Korea bulgogi.

### **Pengaruh *Korean Wave*, Kesadaran Halal, Literasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Korea Bulgogi.**

Berdasarkan hasil uji f diketahui bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X dengan variabel Y. Adapun variabel yang paling Dominan dalam penelitian ini yaitu variabel Literasi halal. Dan secara parsial variabel *Korean wave* dan literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea Bulgogi.

Namun didalam variabel kesadaran halal secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan, untuk dapat mengatasi pengaruh kesadaran halal diperlukan peran dari manajemen restoran makanan Korea yang mengkampanyekan tentang pentingnya kepatuhan dalam memilih produk yang halal dengan memberikan literasi halal kepada konsumen maka akan dapat membantu untuk meningkatkan pengaruh dari kesadaran halal dalam memiliki minat beli produk makanan Korea yang baik bagi jasmani dan rohani serta halal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Korean wave* berpengaruh positif terhadap minat beli, sementara variabel halal awareness berpengaruh negatif terhadap minat beli makanan Korea bulgogi. Selain itu, literasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Faktor-faktor ini didukung oleh penelitian sebelumnya, seperti pengaruh kegemaran Gen Z terhadap budaya Korea yang diperkuat oleh *Korean wave* (Hendradewi et al., 2021), serta pentingnya kesadaran halal yang dapat memengaruhi minat beli melalui sikap dan literasi halal. (Muslichah et al., 2020) Selain itu, literasi halal juga memiliki korelasi yang kuat dengan religiusitas, dan keduanya memengaruhi minat dalam mengkonsumsi produk halal, seperti makanan Korea bulgogi. (Pratama & Hartati, 2020)

## **E. Kesimpulan**

Korean wave berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan Korea bulgogi. Hal tersebut diakibatkan dari semakin tingginya kegemarannya generasi Z terhadap budaya Korea dan kuliner Korea melalui media digital saat ini. Dan juga mengakibatkan jika semakin tinggi pemahaman terhadap Korean wave yang dimiliki generasi Z, maka semakin tinggi juga minat beli generasi Z terhadap produk makanan kuliner Korea.

Sedangkan variabel kesadaran halal tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi, yang disebabkan bahwa kegemaran yang dimiliki generasi Z terhadap budaya Korea dapat menutupi adanya kesadaran halal pada produk makanan dan juga kurangnya memperhatikan dalam kriteria produk halal melalui sikap kritis dalam memiliki minat beli terhadap produk makanan Korea, dan juga kesadaran halal dapat berpengaruh jika generasi Z dapat mengambil sikap untuk kritis dalam memiliki minat beli pada produk makanan Korea.

Namun variabel literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi. Hal tersebut dikarenakan bahwa generasi Z yang beragama islam telah memahami literasi halal, dan dengan adanya informasi terkait kehalalan suatu produk dapat meningkatkan minat beli terhadap produk makanan Korea, semakin tinggi pemahaman generasi Z pada literasi halal maka akan semakin tinggi juga minat beli terhadap makanan Korea bulgogi. Dengan memiliki pemahaman terhadap produk yang halal maka dapat memiliki tindakan untuk selalu mengkonsumsi makanan yang thayyib atau baik untuk jasmani dan rohani.

Dari penelitian ini secara simultan Korean wave, dan literasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli makanan Korea bulgogi, dan kesadaran halal tidak berpengaruh terhadap minat beli produk makanan Korea bulgogi, hal tersebut disebabkan karena kegemaran generasi Z yang dilakukan secara berlebihan dapat menutupi kesadaran halal yang dimiliki generasi Z, tetapi hal tersebut dapat diatasi dengan bantuan dari pemilik usaha makanan Korea yang memberikan kampanye tentang terkait pentingnya kepatuhan dalam memilih produk yang halal sehingga dapat menumbuhkan memori terhadap anteseden dari generasi Z untuk dapat kembali menyadari tentang pentingnya rasa dari religiusitas sebagai moderasi dalam dirinya untuk memilih produk yang halal, dengan memberikan literasi halal kepada konsumen maka akan dapat membantu untuk meningkatkan pengaruh dari kesadaran halal dalam memiliki minat beli produk makanan Korea yang thayyib dan halal.

### Referensi

- Firdaus, S., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Religiusitas Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food di Kota Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1579.
- Hendradewi, S., Mustika, A., & Darsiah, A. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 204–212.
- Indonesia, B. P. S. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>.
- Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). Halal Awareness and Halal Traceability: Muslim Consumers' and Entrepreneurs' Perspectives. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285–316. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1328>
- Lupitasari E, S. (2022). Pengaruh Korean Wave dan Makanan Korea terhadap Minat Makan Hidangan Korea (Jurnal Tata Boga). *Jurnal Tata Boga*, X(x), 4.
- Muslichah, M., Abdullah, R., & Abdul Razak, L. (2020). The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable: A study among university students in Brunei Darussalam. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1091–1104. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2017-0102>
- Oktaviani, J., & Pramadya, T. P. (2021). Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan. *Insignia Journal of International Relations*, 8(1), 87–100.
- Oktavianingtias, M., & Muslichah, I. (2021). Niat Beli Muslim pada Makanan Korea Bersertifikasi Halal di Indonesia. *Manajemen Bisnis Dan Ekonomika*, 1(1).
- Prameswari, N. M., Susiatiningsih, H., & Windiani, R. (2022). Gastrodiplomasi Korea Selatan dalam Upaya Nation Branding di Indonesia sebagai Negara Muslim Terbesar. *Journal of International Relations*, 8, 675–689.
- Pratama, D. B., & Hartati, N. (2020). PENGARUH LITERASI HALAL DAN RELIGIOSITAS TERHADAP Keywords : Halal Literacy , Religiosity , Consumption of Halal Products. *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*, 1(2), 1–12.
- Pratiwi, A. E., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). 1) , 2) , 3) 1. September.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2943>
- Rektiansyah, R. R., & Auwalin, I. (2022). *Analysis of the Impact of Halal Awareness and Halal Labels to the Purchase Intention of Korean Instant Noodles on Adolescents in Sumenep through Attitude Analisis Dampak Kesadaran Halal dan Label Halal*

- terhadap Niat Beli Mie Instan Korea Pada Remaja di Su.* 9(5), 600–616.  
<https://doi.org/10.20473/vol9iss20225pp600-616>
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon. In *Communications* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–25).  
<https://doi.org/10.21009/communications.1.1.1>
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi ! *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.
- Santoso, F. C., Hadi, I. P., & Yoanita, D. (2020). Sikap Generasi Milenial Terhadap Pesan Budaya Korea Dalam Iklan Mie Sedaap Selection “Korean Spicy Chicken” Di Televisi. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2).
- Setyowati, A., & Anwar, M. K. (2022). Pengaruh Literasi Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 16(1), 108–124.  
<https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v16i1.108-124>
- Suwitho. (2022). Pengaruh Harga, Shopping Lifestyle, Dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Pembelian Online Shop (STUDI KASUS MAHASISWA STIESIA SURABAYA) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(e-ISSN: 2461-0593), 1–16.
- Tri Cahya, R. (2016). *Analisis pengaruh halal Certification dan halal awareness terhadap minat beli produk makanan korinus tok-poki (studi pada mahasiswa muslim pecinta drama Korea)*. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., & Fahlevi, M. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441–453.  
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441>

# Kesejahteraan Karyawan Koperasi Simpan Pinjam Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Anas<sup>1</sup>, Muhlis Masin<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Institut Agama Islam Jeneponto, Sulawesi Selatan, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

---

## INFO ARTIKEL

Received: 19 February 2024  
Accepted: 29 March 2024  
Published: 31 March 2023

Email Penulis:

<sup>1</sup>[bbmanaz23@gmail.com](mailto:bbmanaz23@gmail.com)

<sup>2</sup>[muhlis.masin@uin.alauddin.ac.id](mailto:muhlis.masin@uin.alauddin.ac.id)

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran dan upaya menyejahterahkan Karyawan Koperasi Simpan Pinjam Berkat cabang Bantaeng Sulawesi Selatan dalam Perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan informan penelitian adalah level top manajemen dan karyawan Koperasi Simpan Pinjam Berkat Cabang Bantaeng. Pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara dengan analisis data deskriptif. Hasil penelitian memberikan temuan bahwa manajemen Koperasi Simpan Pinjam Berkat Cabang Bantaeng keberadaannya sangat memperhatikan kesejahteraan karyawannya. Bahwa gaji, tunjangan dan hak-hak karyawan telah terpenuhi sesuai dengan hak karyawan. Fakta mengindikasikan bahwa perusahaan cenderung fleksibilitas dan tidak memaksakan tugas atau target kepada karyawan secara berlebihan dan menekan. Penghargaan setinggi-tingginya akan diberikan kepada karyawan yang berprestasi sebagai bentuk pengakuan yang adil dari perusahaan atas kontribusi dan kerja kerasnya. Pemberian gaji, tunjangan dan penghargaan selalu didasarkan pada prinsip keadilan, kesetaraan dan kehalalan. Sehingga, ini sudah sangat sesuai dengan perspektif ekonomi Islam bahwa kesejahteraan karyawan diperhatikan oleh Koperasi Berkat Cabang Bantaeng.*

*Keywords: Kesejahteraan Karyawan, koperasi simpan pinjam, Ekonomi Islam*

---

## A. Pendahuluan

Koperasi merupakan salah satu bentuk organisasi ekonomi yang sedang mendapatkan perhatian pemerintah. Koperasi dengan organisasi yang berbadan hukum, pembangunan koperasi di Indonesia merupakan bagian dari usaha pembangunan nasional secara keseluruhan (Tolong et al., 2020). Koperasi harus dibangun untuk menciptakan usaha dan pelayanan dalam menciptakan asas kekeluargaan.

Koperasi sebagai organisasi ekonomi rakyat yang dapat memajukan kesejahteraan rakyat juga ikut membangun tatanan perekonomian nasional guna mewujudkan masyarakat yang adil, maju serta makmur, hal ini berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang nomor 25 tahun 1992. Hal penting lainnya adalah koperasi adalah penggerak ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan (Rumetna et al., 2020). Koperasi sebagai salah satu lembaga keuangan yang memiliki peran penting, khususnya negara berkembang seperti Indonesia. Koperasi memiliki peran strategis dalam kegiatan pengembangan ekonomi lokal dengan memberikan akses pendanaan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah. (Mauleny et al., 2018) Sesuai dengan pasal 33 ayat 1 dari UUD berbunyi perekonomian disusun sebagai

usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan. Penjelasan tersebut disinyalir bahwa produksi dikerjakan oleh semua golongan, baik pimpinan atau pemilikan anggota masyarakat. menegakkan keadilan dan kemakmuran bersama. Selain itu, koperasi ikut membantu mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Koperasi Simpan Pinjam memiliki fungsi dan kegiatan yakni menyalurkan dalam dana bentuk pinjaman kepada anggota atau calon anggota. Masyarakat umum menjadi calon anggota karena menggunakan jasa koperasi baik menyimpan dana ataupun meminjam untuk keperluan sehari-hari.

Sejak zaman dahulu hingga saat ini masyarakat diharapkan dapat bekerjasama dengan segala manifestasi. Jika masyarakat dapat bersosialisasi dengan baik maka dapat berdiri perserikatan dan perkumpulan masyarakat. (Hamid, 2018) Kesejahteraan individu dan masyarakat sebagai suatu kondisi standar kelayakan hidup. Berbagai usaha dilakukan masyarakat untuk mencapai taraf kesejahteraan hidup dengan adanya pembangunan ekonomi dan lapangan pekerjaan. Koperasi merupakan bagian dari tata susunan ekonomi, memiliki andil yang besar bagi tercapainya kehidupan sejahtera. Perkumpulan untuk menyejahterakan bersama dari para anggota dan nasabah. Koperasi mempunyai peranan penting dalam menyusun usaha dari masyarakat yang memiliki ekonomi terbatas, untuk memajukan kedudukan rakyat. Koperasi masih memiliki hambatan untuk menjalankan peranannya secara efektif dan kuat. Keberadaan koperasi diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Cita-cita koperasi sesuai dengan susunan kehidupan rakyat meski menghadapi rintangan namun harus tetap berkembang (Sitepu & Hasyim, 2018). Perkembangan koperasi seiring dengan perkembangan masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman dengan semangat masyarakat.

Koperasi sebagai suatu kelompok organisasi untuk meningkatkan efektivitas operasional perusahaan dengan menerapkan pengendalian. Cara menerapkan pengendalian intern dengan mengimplementasikan kerangka kerja (Fay, 1967) Pengendalian perlu diterapkan karena memiliki tujuan yang ingin dicapai, selain itu perlu meminimalisasi permasalahan yang ada. Permasalahan utama dengan pemberian kredit yang menimbulkan besarnya piutang maka perlu desain pengendalian memadai yang menghasilkan informasi sesuai kondisi. Pengendalian dilakukan dengan pengawasan dan pengelolaan yang meliputi empat bidang pemeriksaan. Koperasi memerlukan manajer untuk mengelola secara detail kegiatan operasional, membutuhkan evaluasi demi meningkatkan koperasi (Fay, 1967). Pengendalian koperasi melalui evaluasi, pengawasan dan pemberian rekomendasi supaya lebih meningkat di lingkungan masyarakat.

Perekonomian saat ini mempraktekkan ekonomi konvensional dan ekonomi Islam secara berbarengan. Pada dasarnya manusia hidup ingin bahagia dunia dan akhirat, baik secara material, spiritual, dan individual yang menerapkan ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam untuk mencapai kebahagiaan dunia akhirat dengan mengorganisasikan sumber daya dengan basis kerjasama dan kekompakan. Dalam kehidupan dunia mencakup tiga hal yakni kelangsungan hidup, kebebasan berkeinginan, serta kekuatan dan kehormatan. Sedangkan untuk kehidupan akhirat yaitu kelangsungan hidup abadi, kesejahteraan, kemuliaan, dan pengetahuan abadi (Syari et al., 2019) Dengan menghadapi berbagai persoalan hidup, kebutuhan manusia makin meningkat begitupun dengan perekonomian yang tidak menentu.

Pandangan ekonomi konvensional, pertumbuhan ekonomi secara garis besar ditujukan untuk kesejahteraan materi, yang itu hanya berdimensi jangka pendek, atau dengan ungkapan lain hanya untuk kesejahteraan duniawi tanpa diimbangi dengan tujuan ukhrawi. Di sisi lain Islam juga memandang bahwa pertumbuhan ekonomi merupakan satu sarana untuk menjamin tegaknya keadilan sosial secara kekal (Syari et al., 2019)

Mengatur dan membatasi kepentingan individu manusia, Allah Subhanahu Wa Ta'ala telah menetapkan dalam syariat Islam. Menurut al-Syatibi: syariat diturunkan kepada manusia untuk merealisasikan kemaslahatan bagi segenap umat manusia, untuk di dunia dan akhiratnya (Ghulam, 2016) Mewujudkan kemaslahatan adalah kata kunci bagi manusia dalam merealisasikan kebaikan itu sendiri. Karena prinsip kemaslahatan adalah pangkal konsep tujuan syariah (*maqashid syariah*). Adapun pijakan kemaslahatan bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadits yang kemudian dari keduanya manusia berijtihad untuk menentukan kemaslahatan yang diidealisasikan dalam hidup dan kehidupannya.

Retno Agdianasari (2018) memberikan penjelasan dalam risetnya bahwa tenaga kerja *outsourcing* telah mencapai kesejahteraan yang ditinjau dari sudut pandang ekonomi Islam dan tingkat upah serta jaminan sosial berbanding lurus dengan kesejahteraan tenaga kerja *outsourcing* di PT PJB UP Paiton. Dengan demikian jika terjadi peningkatan pada upah dan jaminan sosial maka akan terjadi peningkatan pada kesejahteraan tenaga kerja *outsourcing*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Istianah Ni'mah (2016) menemukan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kesejahteraan karyawan di PT Spirit Krida Indonesia dalam perspektif Karyawan, meliputi: Pertama, dharuriyat adalah gaji sesuai Kebutuhan Hidup Layak (KHL). Kedua, hajiyyat seperti: pelatihan/pendidikan, asuransi kesehatan (BPJS), ijin kerja karena sakit, dan bantuan administrasi mengajukan pinjaman. Ketiga, tahsiniyyat seperti: santunan kematian dan uang tali kasih, pakaian kerja, musholla dan kantin, insentif serta cuti hari besar. Di antara ketiga dimensi tersebut, kesejahteraan berdasarkan konsep dharuriyat berupa gaji yang paling dominan (Wilda Fesanrey, Eva Tuhulola, 2022).

Yang tidak kalah pentingnya Masruron (2020) membahas tentang sistem Pengupahan Pada Usaha Waralaba Untuk Kesejahteraan Karyawan Di Kota Mataram Ditinjau Dari Perspektif Islam bahwa Usaha Waralaba tergolong belum sejahtera, Indikator bersifat material adalah belum terpenuhinya kebutuhan akan sandang, pangan papan dan keamanan dan lain-lainnya, sedangkan indikator yang bersifat spiritual adalah belum terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan seperti hifdzud-din, hifz al-aql, hifz al-nafs, hifz al-nasl dan hifzul-mal. Jika kebutuhan dharuriyat salah satu tidak terpenuhi maka belum tergolong sejahtera. Sistem pengupahan yang diterapkan menggunakan Upah Minimum Kota/Kabupaten di Nusa Tenggara Barat dinilai dari produktivitas, karir dan ketekunan dalam bekerja. Sementara itu kesejahteraan yang dapat diberikan kepada anggota koperasi merupakan memberikan kemudahan pelayanan, membantu membiayai pendidikan anak, jaminan kesehatan, dan adanya pelatihan-pelatihan/workshop agar kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) meningkat (Rasyad Al Fajar & Juraidah, 2021).

Dengan demikian kesejahteraan tidak hanya buah sistem ekonomi semata melainkan juga buah sistem hukum, sistem politik, sistem budaya dan sistem sosial. Tujuan dari ekonomi syariah yaitu untuk merealisasikan tujuan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (falah), serta kehidupan yang baik dan terhormat. Hal ini dalam

kesejahteraan ekonomi tidak terlepas dari konsep falah, karena konsep ini bersifat dunia dan akhirat. Sementara itu kehidupan akhirat, falah mencakup keberlangsungan hidup yang abadi, kesejahteraan abadi, dan kemuliaan abadi.

Untuk itu, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan riset berdasarkan pelaksanaan pelayanan dari instansi tersebut lebih tepatnya di Kantor Koperasi Berkat Cabang Bantaeng, karyawannya mendapatkan perhatian terutama sisi kesejahteraan berdasarkan analisis ekonomi Islam. Pimpinan memiliki kemampuan untuk memberikan semacam motivasi intrinsik sehingga karyawan dapat merasakan kemakmuran. Kesejahteraan pada dasarnya ketika tercapai perasaan aman, tenang serta bahagia. Kesejahteraan sangat berkaitan dengan tercapainya hal yang khusus, dalam hal ini terpenuhinya semua kebutuhan hidup dan mengara ke yang lebih umum dengan terpenuhinya kesenangan hidup dalam ruang lingkup keluarga. Kesejahteraan dalam kacamata Islam bukan saja dari segi materi akan tetapi dari segi non materi. Sebagai contoh seperti tercapainya kebuntuhan spiritual, moral dan tercapainya kebahagiaan sosial.

## **B. Kajian Literatur Kesejahteraan**

Menurut kamus bahasa Indonesia, kesejahteraan berasal dari kata sejahtera yang berarti aman, sentosa, makmur dan selamat atau dapat diartikan sebagai kata atau ungkapan yang menunjuk kepada keadaan yang baik, atau suatu kondisi dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya berada dalam keadaan sehat, damai dan makmur (Wahab, 2020). Dalam arti yang lebih luas kesejahteraan adalah terbebasnya seseorang dari jeratan kemiskinan, kebodohan dan rasa takut sehingga dia memperoleh kehidupan yang aman dan tenteram secara lahiriah maupun batiniah (Purwana, 2014).

Agung Eko Purwana menjelaskan bahwa kesejahteraan bukan semata-mata hanya permasalahan distribusi ekonomi secara materi sematamata tetapi juga menyangkut unsur non materi dan bidang-bidang yang lainnya. Oleh karenanya kesejahteraan dalam bidang ekonomi akan dapat ditegakkan bersamaan pula dengan tegaknya kesejahteraan dalam bidang-bidang lainnya yang berfungsi menopang dan saling menguatkan (Muhammad et al., 2020). Ekonomi Islam menuntut para pengikutnya untuk menjalankan keseluruhan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupannya. Konsekuensi dari konsep ini adalah kesejahteraan harus dipandang sebagai perwujudan perintah Tuhan kepada hamba-hambanya (Fikri et al., 2018). Sehingga kesejahteraan merupakan upaya terus menerus dari umat manusia untuk berbuat sebaik-baiknya, baik kepada Tuhan maupun kepada sesama manusia berdasarkan petunjuk ajaran Islam.

Kesejahteraan mencakup tata kehidupan dan penghidupan sosial, material, maupun spiritual yang meliputi rasa keselamatan, kesusilaan dan ketentraman lahir batin yang memungkinkan setiap warga negara untuk mengadakan usaha-usaha pemenuhan kebutuhan jasmani, rohani dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, rumah tangga serta masyarakat (Mokalu et al., 2021)

Kehidupan normal dan sehat menjadi idaman semua orang. Oleh karena itu setiap manusia berupaya menciptakan kehidupan yang sejahtera baik kondisi fisik, sosial dan psikologisnya. Hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan kualitas hidupnya yaitu dengan memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang meliputi fisik, sosial dan psikologi. Dalam



pemenuhan kebutuhan-kebutuhan tersebut banyak permasalahan-permasalahan yang muncul sehingga menyebabkan terganggunya perkembangan psikologis seseorang

### **Islam dan Kesejahteraan**

Islam berasal daripada perkataan *salima-yuslimu-istislaam* yang membawa maksud tunduk dan patuh. Manakala perkataan *yaslamu-salaam* pula memberi arti selamat dan sejahtera (Sulong & Ismail, 2011). Apabila manusia tunduk dan patuh kepada ajaran Islam, maka mereka akan memperoleh keselamatan daripada kemurkaan Allah dan menghasilkan kesejahteraan hasil ketundukan tersebut. Dalam al-Quran, lafaz “Islam” merujuk kepada kedua-dua maksud ini dan keseluruhannya semua maksud tersebut membawa kepada makna kesejahteraan apabila semua manusia tunduk dan patuh kepada segala perintah Allah. Diantara nas yang menggunakan lafaz-lafaz ini adalah Qs. 3 Ali’Imran ayat 83, yang menggunakan lafaz *istislaama* yaitu tunduk secara total kepada Allah Qs. 6 Al-An’am ayat 54, yang menggunakan lafaz *salaam* adalah selamat sejahtera dan Qs. 47 Muhammad ayat 35, yang menggunakan lafaz *silm* iaitu membawa maksud tenang dan damai.

Kesejahteraan merupakan jaminan atau janji dari Allah Swt yang diberikan kepada laki-laki ataupun perempuan yang beriman kepadaNya. Allah Swt juga akan membalas berbagai amal perbuatan baik orang-orang yang bersabar dengan pahala yang lebih baik dari amalnya (Muhammad et al., 2020). Kehidupan yang baik adalah kehidupan yang bahagia, santai, dan puas dengan rezeki yang halal, termasuk didalamnya mencakup seluruh bentuk ketenangan apapun dan bagaimanapun bentuknya.

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan bank syari’ah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau bank tanpa bunga, adalah lembaga perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada prinsip-prinsip Syariah. Fungsi lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam (Hasanah, 2021).

### **Kesejahteraan Dalam Perspektif Islam**

Al-Imam al-Ghazali menjelaskan tujuan utama syariah adalah untuk mendorong kesejahteraan manusia, yang terletak pada perlindungan kepada keimanan (din), jiwa (nafs), akal (aql), keturunan (nasl) dan harta (maal) mereka. Apa saja yang menjamin terlindungnya 5 perkara ini adalah memenuhi kepentingan publik dan dianjurkan, dan apa saja yang menciderai 5 perkara ini adalah melawan kepentingan publik yang harus dibuang (Zatadini & Syamsuri, 2019).

Selanjutnya tujuan umum ketika Allah menetapkan hukum-hukum-Nya adalah untuk mewujudkan kemaslahatan manusia dengan terpenuhinya kebutuhan yang dlaruriyah, hajiyah dan tahsiniyah (Deski, 2022). Kematangan konsep maqasid syariah mencapai puncak di tangan Al-Iman Al-Syatibi, Berdasarkan Al-Syatibi menjelaskan seluruh ketetapan hukum terdiri dari lima bagian utama yang dikenal dengan al-dharuriyat al-khamsah dalam rangka membentuk hukum yang ditekan dapat dipertahankan. Tingkat pertama adalah daruriyat, diikuti oleh hajiyat, dan terakhir tahsiniyat (Nst et al., 2022).

### **C. Metodologi Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian pada suatu konteks khusus yang alamiah Penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data menggunakan metode deskriptif, melalui pengumpulan data dengan wawancara terhadap pihak manajemen dan karyawan pada koperasi simpan pinjam berkah cabang bantaeng.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan fenomenologi. fenomenologi merupakan studi mengenai pengetahuan yang berdasarkan pada kesadaran manusia. Dalam fenomenologi, seseorang dapat mempelajari cara memahami suatu peristiwa, gejala, atau objek dengan mengalaminya secara sadar (Mokalu & Nayoan, 2021). Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari informan penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian yakni Obsevasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

### **D. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Koperasi “Berkat” yang menjadi lokasi penelitian pada saat saya turun di lapangan, peneliti memperoleh data jumlah karyawan sebanyak 407 orang. Khususnya lokasi penelitian yaitu di koperasi “Berkat” cabang bantaeng karyawan cabang Bantaeng terdiri dari beberapa orang. Pembagian struktur antara lain ada Kepala Cabang, kasir, penagih atau kolektor, pembukuan atau administrasi. Kemudian, ditambah dengan cabang pembantu di Kelurahan Banyorang sebagai Kepala Capem, penagih dan kasir pembukuan. Dari beberapa karyawan yang ada hanya beberapa orang saja diantaranya yang dijadikan sebagai informan agar peneliti tidak bingung maka yang dianggap relevan saja yang dijadikan informan dalam penelitian ini.

### **Gambaran kesejahteraan karyawan koperasi Berkat Bantaeng**

Seiring dengan perkembangan dan tuntutan akan kemajuan koperasi dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan dan anggota pada umumnya. Maka koperasi dalam suatu kebijakan perkoperasian harus mencerminkan nilai dan prinsip koperasi sebagai wadah usaha bersama untuk memenuhi aspirasi dan kebutuhan ekonomi anggota sehingga tumbuh menjadi kuat, sehat, mandiri dan tangguh dalam menghadapi perkembangan ekonomi nasional dan global yang semakin dinamis dan penuh tantangan.

Setiap pegawai maupun karyawan memiliki kewajiban untuk komitmen dengan tugasnya dan mengerjakannya dengan baik sehingga berhak mendapatkan upah dan upah tersebut berstatus halal baginya. Jika dia tidak bekerja sebagaimana mestinya atau sama sekali tidak menunaikan kewajibannya maka dia sama sekali tidak berhak mendapatkan gaji atau upah. Gaji buta tersebut tidaklah halal baginya. Jika dia nekat mengambil gaji buta maka dia memakan harta dengan cara yang batil.

Kesejahteraan karyawan adalah kompensasi tidak langsung yang diberikan kepada karyawan, baik dapat dinilai dengan uang maupun yang tidak dapat dinilai dengan uang. Disebut kompensasi tidak langsung karena tidak berhubungan langsung dengan prestasi kerja, melainkan biasanya diselenggarakan sebagai upaya penciptaan kondisi dan lingkungan kerja yang menyenangkan (Mokalu & Nayoan, 2021). Program kesejahteraan karyawan (employee benefit) biasa juga disebut juga dengan kompensasi pelengkap, gaji

tersembunyi (*fringe benefit*), pelayanan karyawan, atau jaminan sosial. Koperasi “berkat” memiliki perhatian khusus untuk kesejahteraan karyawan tanpa ada yang dibedakan satu dengan yang lainnya. UU RI No. 13 tentang ketenagakerjaan menyatakan: Kesejahteraan pekerja adalah suatu pemenuhan kebutuhan dan/atau keperluan yang bersifat jasmaniah dan rohaniah, baik di dalam maupun diluar hubungan kerja yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempertinggi produktivitas kerja dalam lingkungan kerja yang sehat dan aman.

Islam menempatkan bekerja sebagai ibadah untuk mencari rezeki dari Allah guna menutupi kebutuhan hidupnya. Bekerja untuk mendapatkan rezeki yang halal dan thayyib termasuk kedalam jihad di jalan Allah yang nilainya sejajar dengan melaksanakan rukun Islam. Dengan demikian bekerja adalah ibadah dan menjadi kebutuhan setiap umat manusia. Bekerja yang baik adalah wajib sifatnya dalam Islam (Mokalu & Nayoan, 2021). salah satu tujuan bekerja dalam Islam adalah beribadah. Bekerja untuk mendapatkan rezeki yang halal dan thayyib termasuk jihad di jalan Allah SWT. Bekerja dalam Islam memiliki nilai yang sejajar dengan melaksanakan rukun Islam. Dengan demikian, maka bekerja adalah ibadah dan menjadi kebutuhan setiap umat manusia. Rasulullah SAW sendiri mengajarkan umatnya untuk selalu bekerja keras dan memiliki etos kerja yang tinggi. Hal ini yang kemudian sebaiknya dilakukan umat muslim saat bekerja.

Ibadah sendiri tidak hanya sekedar ketaatan dan ketundukan saja. Melainkan, bentuk ketundukan akibat adanya rasa keagungan yang terdapat dalam jiwa seseorang sehingga menyebabkan ia mengabdikan (Mokalu & Nayoan, 2021) Bekerja adalah ibadah, apabila kita mampu mengimbangnya dengan melakukan amal kebaikan. Misalnya saja begini, di tengah-tengah sibuknya pekerjaan, akan tetapi Anda masih sempat melaksanakan shalat Dhuha, shalat wajib, shodaqoh jariyah, saling tolong-menolong dan amalan lainnya yang menyebabkan kita itu mendapatkan pahala. Dalam Islam sendiri bekerja merupakan sebuah kewajiban. Mengapa Karena hal tersebut merupakan salah satu bentuk ikhtiar untuk bertahan hidup. Seperti halnya perintah Allah yang menganjurkan kepada hamba-Nya untuk selalu berusaha. Oleh sebab itu, dengan bekerja kita melaksanakan kewajiban yang bernilai ibadah. Bahkan, kita mendapatkan pahala dari Allah SWT, apabila kita mampu mengimbangnya dengan melakukan amar ma’ruf. Penjelasan pada bagian sebelumnya bahwa Allah itu memerintahkan kita untuk bekerja. Maka, apabila kita bekerja berarti kita sudah melaksanakan perintah dari Allah, dan hal tersebut merupakan atau termasuk dalam ibadah. Mengenai hal tersebut dalam Alquran dan hadis juga menjelaskan bahwa bekerja adalah ibadah.

Islam mempunyai aturan tersendiri terhadap gaji. Memiliki arti suatu kekayaan yang dimiliki oleh manusia. Namun, gaji yang kita miliki merupakan milik Allah SWT, kita sebagai manusia hanya pemegang Amanah atau titipan dari Allah SWT, dengan itu manusia tidak boleh menyalahgunakan gajinya untuk hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT seperti membeli minuman keras, dipakai untuk berjudi, membeli narkoba dan sebagainya (Muhammad Hanafi, 2021). Penggunaan gaji yang kita punya akan bermanfaat jika digunakan untuk memberi makan anak yatim, menyedekahkan kepada orang miskin atau ke masjid, membayar zakat dan lain sebagainya. Karena pada setiap gaji atau harta kita yang punya di sana ada hak orang lain di dalamnya.

Penggunaan gaji yang kita punya akan bermanfaat jika digunakan untuk memberi makan anak yatim, menyedekahkan kepada orang miskin atau ke masjid, membayar zakat dan lain sebagainya. Karena pada setiap harta kita yang punya di sana ada hak orang lain di dalamnya. Oleh karena itu, jika kita memiliki harta maka pergunakanlah harta kita untuk hal kebaikan, karena harta yang kita miliki juga akan dipertanggungjawabkan oleh Allah SWT. Adapun harta yang kita pergunakan untuk hal kebaikan juga bisa menjadi amal jariyah yang akan terus mengalir pahalanya jika kita telah wafat.

Kesediaan karyawan untuk mencurahkan kemampuan, pengetahuan, keterampilan, tenaga, dan waktunya, sebenarnya mengharapkan adanya imbalan dari pihak perusahaan yang dapat memuaskan kebutuhannya. Dinyatakan bahwa pada prinsipnya imbalan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu imbalan intrinsik dan imbalan ekstrinsik. Imbalan intrinsik yaitu imbalan yang diterima karyawan untuk dirinya sendiri. Biasanya imbalan ini merupakan nilai positif atau rasa puas karyawan terhadap dirinya sendiri karena telah menyelesaikan suatu tugas yang baginya cukup menantang.

Kompensasi dapat diberikan ke dalam berbagai bentuk atau istilah, antara lain: gaji, tunjangan dan bonus. Gaji adalah balas jasa dalam bentuk uang yang diterima karyawan sebagai konsekuensi dari statusnya sebagai seorang pegawai yang memberikan kontribusi dalam mencapai tujuan perusahaan/organisasi (Mahfud, 2019). Tingkat gaji di perusahaan sangat penting, karena mempengaruhi kemampuan organisasi memikat dan mempertahankan karyawan yang kompeten dan posisi kompetitifnya di pasar produk. Kebijakan tingkat gaji yang sehat dapat mencapai tiga tujuan, yaitu: memikat suplai tenaga kerja yang memadai, mempertahankan karyawan saat ini tetap puas dengan tingkat kompensasi mereka, dan menghindari terjadinya tingkat perputaran karyawan yang mahal.

Lingkungan kerja yang aman dan sehat tentu dapat membantu pekerja dalam meningkatkan efisiensi dan produktifitas dalam melaksanakan bekerja. Namun sebaliknya, jika lingkungan kerja tidak terorganisasi dengan baik serta banyak faktor yang berbahaya maka pekerja akan menimbulkan efek buruk bagi pekerja. Diantaranya resiko bahaya, resiko terkena penyakit, penurunan efisiensi kerja dan kerugian bagi perusahaan. Pada dasarnya, setiap perusahaan wajib untuk mengupayakan perlindungan kesehatan, keselamatan serta kondisi kerja. Akan tetapi berbanding terbalik dengan kenyataannya, masih banyak perusahaan yang mengabaikannya karena perihal masalah finansial yang tergolong cukup besar.

Suasana yang aman dan tentram adalah suasana yang diidam-idamkan oleh setiap orang. Rasa aman dan tentram adalah rasa dimana kita merasa dapat melakukan segala hal tanpa ada gangguan sama sekali atau rasa dimana kita akan merasa tenang jika apa yang kita miliki tidak diusik oleh orang yang tidak kita kehendaki atau perasaan yang nyaman dimana kita tidak mempunyai prasangka yang buruk kepada seseorang (H. Munir, n.d.). Perasaan aman atau tidak aman mungkin baru kita rasakan ketika aktivitas kita terganggu oleh sesuatu yang ekstrim.

Benefit berupa program perlindungan atau proteksi, bila diberikan kepada karyawan, secara langsung atau tidak langsung akan menimbulkan rasa aman terutama bagi para pekerja dan juga kepada keluarganya. Rasa aman ini muncul karena mereka mengetahui bila terjadi peristiwa tersebut kepada mereka, maka perusahaan sudah menyiapkan benefit atau program yang menanggung biaya-biaya yang timbul sehingga mereka tidak perlu

khawatir terhadap risiko finansial yang ada. Karena bila perusahaan tidak memberikan program perlindungan, maka risiko finansial yang terjadi akan menjadi beban bagi para pekerja (Darmayanti, 2021).

### **Peran kebijakan manajemen koperasi Berkat Bantaeng**

Koperasi simpan pinjam dikelola seperti koperasi pada umumnya, hanya ada beberapa teknis yang berbeda. Dalam penanganan koperasi harus mampu memahami konsep dasar yang digunakan untuk mengelola manajemen koperasi. Secara umum, manajemen koperasi simpan pinjam memiliki tata ruang seperti ruang kerja, kegiatan, penghimpunan dan penyaluran dana, melakukan simpan pinjam dari anggota dan untuk anggota.

Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” di Kabupaten Bantaeng berupaya untuk meningkatkan ekonomi bagi anggota dan nasabah. Berdasarkan hasil observasi awal pada 20 Januari 2023 bahwa Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” menjadi koperasi besar yang memiliki skala yang baik bagi pelayanan kepada anggota dan nasabah, serta pengembangan potensi kemasyarakatan. Dibalik keunggulan yang dimiliki oleh KSP “Berkat” tentu memiliki hambatan dalam manajemen Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” tersebut.

#### **1. Perencanaan**

Perencanaan menjadi proses dan menentukan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Perencanaan awal yang dilakukan dalam Koperasi Simpan Pinjam “Berkat”, yakni memiliki modal usaha yang dihimpun dari simpanan pokok dan simpanan wajib anggotanya. Untuk pembentukan koperasi tentu harus memiliki modal utama demi menyediakan modal tetap yang dipisahkan dari aset koperasi, selaku pimpinan cabang menyatakan bahwa, anggaran dibutuhkan dalam pembentukan dan perkembangan koperasi sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” memiliki perencanaan dengan harus memiliki anggaran yang cukup untuk pembangunan serta pengembangan koperasi. Pasca Krisis keuangan dan ekonomi yang melanda masyarakat umumnya Indonesia maka koperasi yang berupaya membantu masyarakat untuk bangkit serta terus membuka usaha. Koperasi dapat membantu kebutuhan masyarakat dalam hidupnya melalui koperasi simpan pinjam. Pemerintah mendukung pengembangan Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” yang konsisten untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara konsisten pemerintah akan terus menyalurkan kredit usaha rakyat, dan kredit lain sesuai dengan aturan yang berlaku.

Sasaran program pemerintah berusaha agar koperasi tidak mengalami masalah permodalan. Upaya revitalisasi koperasi dan gerakan masyarakat sadar koperasi dapat membantu kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan syariat Islam. Manajemen koperasi memiliki perencanaan yang matang agar Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” tumbuh sehat, mampu bersaing, dan makin diminati oleh para anggotanya. Pemerintah mendukung dan mendorong serta memfasilitasi dalam penerapan teknologi informasi dan telekomunikasi modern dalam koperasi. Kegiatan penyuluhan, pelatihan dan permodalan melalui simpan pinjam koperasi.

Faktor yang mempengaruhi kinerja KSP “Berkat” adalah visi, kapasitas, jaringan kerja, sumber daya, dan partisipasi anggota, sedangkan yang mempengaruhi partisipasi

anggota adalah manfaat sosial dan ekonomi. Dalam perencanaan perlu menetapkan rencana yang baik dengan mengetahui terlebih dahulu untung dan kerugian. Harus mengetahui kendala dan dukungan, kelebihan dan kekurangan dari adanya KSP “Berkat”. Realitas dalam pelaksanaan praktik harus dapat terealisasi dengan baik. Sumber dana sangat dibutuhkan dalam perkembangan KSP “Berkat” serta tenaga kerja yang ulet. Dalam perencanaan perlu mempertimbangkan tingkat ekonomis seperti biaya, waktu dan tempat. Perencanaan KSP “Berkat” diadakan rapat anggota untuk dapat merealisasikan tujuan dengan maksimal.

## 2. Pengorganisasian

Pengorganisasian secara umum merupakan suatu kegiatan mengelompokkan tanggung jawab terhadap masing-masing fungsi pada setiap pengelola termasuk dalam bidang Koperasi Simpan Pinjam “Berkat”. Apabila dalam pengorganisasian berjalan sesuai dengan fungsi dan tugas yang diberikan maka organisasi akan berjalan dengan lancar dan baik. Pengorganisasian dibagikan kepada para pimpinan cabang dan karyawan sesuai dengan tugas dan fungsinya yang harus dijalankan.

Berdasarkan hasil wawancara oleh Darmawati selaku Kasir Koperasi Berkat Cabang Bantaeng, menjelaskan bahwa:

*“Pengorganisasian pengelolaan Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” diperankan oleh pimpinan cabang yang memberikan tanggung jawab kepada bawahannya untuk mengemban tugas pada setiap sektor, seperti pada bagian kasir, dan kolektor atau penagih. Darmawati mengungkapkan bahwa tugasnya sebagai kasir di Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” cabang Bantaeng, membuat bukti persuratan keluar masuknya keuangan, bertanggung jawab atas dana simpan pinjaman anggota dan membuat laporan.”*

Koperasi sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang simpan pinjam yang kemudian dikelola oleh anggota. Bertujuan untuk menyejahterakan rakyat dengan bentuk pemberdayaan masyarakat. Menyediakan jasa keuangan, pengembangan kapasitas bagi anggota melalui pemberian pinjaman modal serta mewajibkan para anggota untuk selalu menabung melalui produk-produk simpanan yang telah disediakan. Koperasi dikenal dengan tiga perangkat organisasi, yaitu rapat anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam organisasi koperasi, pengurus sebagai pengelola koperasi dalam usaha yang mengajukan rancangan rencana kerja serta anggaran pendapatan, belanja koperasi, menyelenggarakan dan mempertanggungjawabkan keuangan, dan pengawas sebagai pembuat laporan tertulis tentang hasil pengawasannya, terhadap pelaksanaan kebijakan dan pengelolaan koperasi.

Pernyataan dari Andi Ayub selaku karyawan Koperasi Berkat Bantaeng memberikan penjelasan bahwa:

*“Organisasi Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” memiliki pimpinan yang mampu mengelola koperasi dengan penuh tanggung jawab. Pengelola koperasi merupakan seseorang yang diangkat menjadi pengurus dan pimpinan di cabang untuk mengurus dan mengembangkan koperasi secara*

*efisien dan profesional. Dengan demikian, pengelola memiliki tugas memberikan usulan kepada pengurus dalam perencanaan, pelaksanaan kebijakan secara efektif, dan menentukan standar kualifikasi dalam pemilihan pemenang anggotanya.”*

Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” memberikan kinerja yang cukup bagus karena telah diakui oleh pemerintah sebagai organisasi percontohan koperasi sehat tingkat nasional dengan modal awal hanya Rp 5 ribu kini berkembang luar biasa dan kini memiliki aset miliaran rupiah. Koperasi berhasil membantu pertumbuhan ekonomi di daerah Sulawesi Selatan khususnya di Kota Bantaeng karena kehadirannya memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar. Keberhasilan Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” menjadi motivasi bagi koperasi lain untuk meningkatkan tingkat kedisiplinan dan kesehatan. Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” rutin melakukan rapat anggota pada tiap tahunnya sehingga menjadi organisasi yang disiplin.

Darmawati menambahkan bahwa:

*“Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” berkembang di bidang jasa simpan pinjam dan mengalami perkembangan kegiatan usaha lainnya. Peran yang sangat besar, yaitu mensejahterakan masyarakat dengan bekerja sama antara mitra, membantu memberikan pinjaman kepada nasabah, dan membantu membuka usaha bagi anggota koperasi.”*

Koperasi memiliki faktor pendukung sebagai peluang kerja, peningkatan pengetahuan dan keterampilan, memberikan pelayanan yang terbaik, serta menguasai penggunaan teknologi yang berkembang saat ini. Pengorganisasian merupakan perancangan sistem peran atau proses pengaturan kerja di kalangan organisasi untuk mencapai tujuan yang maksimal. Dalam pengorganisasian koperasi ada hal-hal yang harus diperhatikan yakni pembagian tugas, kepengurusan, pengawas, teknologi yang digunakan, serta pendelegasian wewenang. Pengorganisasian dilakukan sesuai dengan kebutuhan, menyesuaikan strategi sehingga mampu melaksanakan tujuan secara efektif.

### **3. Pelaksanaan**

Pelaksanaan sebagai suatu proses menggerakkan atau menjalankan organisasi koperasi sesuai dengan perencanaan, yaitu untuk mencapai suatu tujuan. Sesuai hasil observasi pada tanggal 20 Januari 2023 bahwa, koperasi memiliki bisnis cabang yang sukses yakni cabang pemerintah yang mempunyai budaya menjual yang baik, budaya mengelola resiko yang baik, budaya mengendalikan biaya yang baik, dan budaya memberikan perubahan yang baik.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Alimin selaku Kepala Cabang Koperasi Berkat Bantaeng menyatakan bahwa:

*“Rapat anggota merupakan wadah dari anggota koperasi yang diorganisasikan untuk membicarakan koperasi dan kepentingan usaha. Rapat anggota dilakukan untuk menentukan keputusan yang akan diambil*

*dari sebuah perencanaan. Pelaksanaan rapat anggota diatur dalam anggaran dasar koperasi, mengenai waktu rapat dan jumlah anggota yang hadir.”*

Segala keputusan yang dilakukan saat rapat sebagai struktural anggota koperasi. Koperasi sebagai perkumpulan orang bukan perkumpulan modal. Oleh karena itu, keanggotaan koperasi ditandai dengan dibayarnya simpanan pokok dan simpanan tersebut sama jumlahnya dengan anggota. Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” yang berkantor pusat di Bulukumba melaksanakan program dalam satu tahun satu kali yang biasa disebut rapat anggota tahunan. Yang dihadiri oleh beberapa orang penting, seperti bupati, kepala dinas koperasi, dan UKM Provinsi Sulawesi Selatan, serta kepala dinas yang membidangi koperasi dan UMKM cabang kota ataupun kabupaten. Rapat tahunan dilaksanakan oleh pengurus dalam rangka untuk memaparkan hasil kerja yang telah dicapai selama setiap tahun sesuai dengan perencanaan. Untuk menjadi penguatan pada lembaga koperasi dan mengembangkan usaha koperasi yang berkualitas.

Rapat anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam suatu koperasi, rapat anggota juga dihadiri oleh anggota yang pelaksanaannya diatur oleh anggaran dasar koperasi. Kedudukan yang menentukan dan menjadi sumber dari segala keputusan atau tindakan yang ditentukan oleh organisasi dan pengelola koperasi pada saat rapat anggota. Menurut Sulfianto bahwa, pada pelaksanaan koperasi Koperasi Simpan Pinjam tentu membutuhkan modal agar roda koperasi bisa berjalan baik, modal tersebut bisa berasal dari dua sumber yakni dengan adanya modal sendiri dan pinjaman dari koperasi atau mitra lain. Modal sendiri merupakan modal dari hasil pengumpulan dana dari para anggota berupa: simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan sukarela anggota. Sedangkan, modal pinjaman berasal dari koperasi lain, bank dan lembaga keuangan lainnya.

Penjelasan tersebut menguatkan bahwa, modal yang ada akan menjadi salah satu penggerak penyaluran atau peminjaman dana kepada para anggota. Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” merealisasikan atau menargetkan pelaksanaan bersedekah atau berbagi bonus kepada setiap anggota yang rutin. Ada bonus perbulan, pertiga bulan, per enam bulan, dan pertahun.

Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” memiliki keuntungan karena dapat memiliki bonus tambahan perbulan, pertiga bulan, per enam bulan, dan pertahun. Pengurus koperasi diberikan tunjangan, tentang besar menerima sumber dananya telah ditentukan saat rapat anggota. Bonus sebagai tambahan yang diberikan sebagai bagian dari hasil usaha untuk meningkatkan kesenjangan kerja Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” berupaya untuk terus berkomitmen dan bersemangat bersama dalam menyejahterakan, membantu perekonomian masyarakat.

Manajemen koperasi memang tidak terlepas dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” tidak hanya mencari keuntungan semata, namun berusaha untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat. Para anggota diharapkan mampu melaksanakan kekuasaan pengawasan secara efektif dan berpartisipasi dengan aktif. Manajemen koperasi memberikan kebijaksanaan kepada anggota tentang pengelolaan dan kegiatan usaha. Selain itu, diberikan kesempatan untuk bertukar pendapat untuk memberikan masukan dari para anggota. Koperasi Simpan Pinjam



“Berkat” memberikan pelayanan yang baik kepada anggota untuk kenyamanan bersama, dan memberikan pengawasan dalam asas koperasi serta demokrasi.

Pentingnya pengendalian dalam mengelola koperasi untuk memastikan bahwa aktivitas yang dilakukan dapat berjalan sesuai rencana. Tujuan yang telah ditetapkan dapat berjalan efektif dan efisien maka pengurus perlu pengendalian dan pengawasan. Kegiatan usaha koperasi tidak dapat dipantau secara langsung, maka dari itu harus didesain dan membangun suatu pengendalian sistem yang memadai. Pentingnya pengawasan demokratis oleh anggota secara aktif menetapkan kebijakan dan membuat keputusan.

### **Upaya koperasi Berkat Bantaeng menjejahterakan Karyawan**

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Berkat Bantaeng di Sulawesi Selatan dapat tumbuh, berekspansi, dan berkembang ke arah yang lebih baik. Koperasi Simpan Pinjam Berkat bantaeng merupakan cabang koperasi yang berpusat di Bulukumba merupakan koperasi berbadan hukum provinsi yang telah memperoleh sertifikat penilaian kesehatan tahun buku 2016 dengan nilai cukup sehat. Meskipun telah mengalami perkembangan yang pesat sebagai salah satu koperasi di Sulawesi Selatan, tentu juga banyak mengalami tantangan termasuk pandemi Covid 19 yang dampaknya masih terasa sampai saat ini. Keadaan ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Alimin selaku Kepala Cabang Koperasi Berkat Bantaeng bahwa:

Dampak pandemi ini telah menyebabkan menurunnya pendapatan sektor usaha kecil menengah yang dipicu menurunnya daya beli masyarakat. Menurunnya pendapatan tidak berbanding lurus dengan menurunnya permintaan pinjaman bagi anggota. Justru sebaliknya, semakin meningkat karena membutuhkan dana injeksi untuk membantu dan menyokong usahanya yang mengalami penurunan terutama mengenai omzet. Pemerintah Pun lalu mengeluarkan kebijakan untuk meminimalkan dampak Covid-19, termasuk di sektor industri keuangan. Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan Kebijakan Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019, penerbitan POJK No.11/POJK.03/2020. Kebijakan stimulus yang dimaksud terdiri atas kebijakan penilaian kualitas pembiayaan hanya didasarkan pada ketepatan pembayaran pokok dan margin/bagi hasil/ujrah dan Skema Restrukturisasi pinjaman.

Berdasarkan data yang dilansir dari Kementerian Ketenagakerjaan, terdapat 2,8 juta pekerja yang terkena dampak langsung akibat Covid-19. Mereka terdiri dari 1,7 juta pekerja formal dirumahkan dan 749,4 ribu di PHK (ketenagakerjaan). Namun naasnya perusahaan yang memutus hubungan bekerja beralih dengan alasan “force majeure”. Alasan tersebut menjadi perdebatan di kalangan para pekerja maupun ahli yang mempermasalahkan alasan force majeure bisa diterima atau tidak dalam memutus hubungan kerja di masa pandemi Covid-19 (Mahri et al., n.d.).

Penyebab dari sebuah perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja pada masa pandemi saat ini merujuk pada pernyataan Wakil Ketua Umum Kadin, yang dikarenakan lemahnya permintaan pasar suatu perusahaan yang diakibatkan adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), adanya keterbatasan bantuan modal, dan keterbatasan cash-flow terutama untuk membiayai gaji tenaga kerja yang merupakan komponen tertinggi dari biaya perusahaan. Pemutusan Hubungan Kerja, sebagaimana diatur

dalam Pasal 156 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, terdiri dari uang pesangon dan atau penghargaan masa kerja dan uang pengganti hak yang seharusnya diterima, artinya penentuan uang kompensasi sering menjadi kompleks karena terjadi perbedaan pendapat, sehingga pekerja cenderung menuntut kompensasi yang lebih tinggi sementara pengusaha memilih kompensasi yang lebih rendah. Artinya terdapat perbedaan kepentingan termasuk perbedaan persepsi tentang uang pesangon dari pihak pengusaha dan pekerja sehingga besar pemberian uang pesangon menjadi bahan perselisihan. Sehingga diperlukan upaya reformulasi konsep uang pesangon (Mahri et al., n.d.)

Upaya Koperasi Berkat Bantaeng untuk tetap berkomitmen memberikan respon yang positif keadaan tersebut, sebagai suatu lembaga dalam sistem perekonomian peran utama lembaga-lembaga keuangan adalah menjalankan fungsi intermediasi, yakni menyalurkan kembali dana yang telah dihimpun dari masyarakat dalam bentuk pinjaman atau kredit kepada sektor-sektor riil dalam upaya pengembangan usaha masyarakat. Upaya yang dilakukan untuk menjaga eksistensi pengurus koperasi Berkat Bantaeng agar karyawan dan anggota tetap sejahtera, dikatakan bahwa:

Didasarkan pada besarnya jumlah karyawan maka koperasi Berkat harus melakukan pengelolaan usaha yang profesional demi terjaganya dan terciptanya pekerjaan halal dengan penghasilan yang baik. Sehingga Koperasi Berkat Bantaeng berupaya melahirkan pekerjaan yang baik kepada para karyawannya. Termasuk bagi nasabah atau anggota yang memiliki hubungan atau layanan dari koperasi tersebut. Meskipun dalam keadaan yang genting akibat dari musibah seperti pandemi atau keadaan perekonomian yang fluktuatif. Selanjutnya di sisi lain anggota yang selama ini setia melakukan aktivitas simpan pinjam ke koperasi kian membutuhkan modal besar karena usahanya semakin berkembang pula. Mengingat banyak koperasi di Indonesia yang gulung tikar, karena disebabkan koperasi tersebut belum memiliki administrasi sesuai mekanisme atau aturan yang ada. Pengelolaan yang asal-asalan, amburadul tanpa memperhatikan Standar Operasional Pelaksanaan (SOP).

Salah satu kontribusi besar Koperasi Berkat Bantaeng adalah penciptaan lapangan kerja, yang saat ini telah memiliki ratusan pekerja yang tersebar di berbagai daerah sesuai dengan cabangnya di Sulawesi Selatan, terutama Koperasi Cabang Berkat Bantaeng. Perusahaan yang berkinerja baik, bukan hanya perusahaan yang mampu menciptakan laba, namun juga memperhatikan para karyawan di dalam perusahaannya. Pernyataan dalam wawancara di atas Bapak Alimin S.Pd., selaku Kepala Cabang Koperasi Berkat Bantaeng, sangat mengamini bahwa untuk memperbaiki dan menjaga kualitas Koperasi Berkat Bantaeng adalah meningkatkan kualitas SDM yang dimilikinya, tentunya termasuk karyawan.

Pendapat ini searah dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Hasanah dan Azimah Hanifah bahwa Model pengembangan pengelolaan sumber daya manusia masih menjadi persoalan yang ada dalam koperasi simpan pinjam. Hal ini dikarenakan masih banyak koperasi simpan pinjam yang tidak berkembang dan maju bahkan banyak yang sudah gulung tikar. Hal ini dimungkinkan karena bersumber dari sumber daya manusia yang mengelola koperasi simpan pinjam itu sendiri, maupun dari anggotanya yang meminjam. Kemudian kelangkaan modal yang dimiliki koperasi masih terbatas, hal ini disebabkan oleh kondisi ekonomi masyarakat kita yang umumnya masih lemah (Kurniasari et al., 2019).

Melihat lemahnya keadaan perekonomian saat ini disebabkan oleh dampak pandemi dan isu resesi. Kemudian, masyarakat Kabupaten Bantaeng yang mayoritas adalah usaha pertanian maka salah satu strategi usaha koperasi Berkat Bantaeng dalam menjaga eksistensi dan lapangan kerja karyawan, sehingga dalam pembiayaan mengedepankan usaha yang bergerak di sektor produktif, seperti pertanian, perkebunan, pembibitan rumput laut, peternakan dan perdagangan.

Beberapa tahapan yang dilakukan oleh Koperasi Berkat Bantaeng didasarkan pada Rapat Anggota Tahunan (RAT) pada tahun 2021, bahwa dalam menghadapi era saat ini maka membutuhkan strategi yang efektif terutama menghadapi layanan persaingan teknologi. Karyawan harus mahir dan tidak gagap dalam penggunaan teknologi. Sehingga langkah yang dapat digunakan oleh koperasi dalam menghadapi kemajuan teknologi adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam menguasai teknologi digital dan teknologi informasi dapat dilakukan melalui program pelatihan;
- b. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, maka peningkatan modal koperasi juga sangat penting;
- c. Melakukan peningkatan keterampilan manajerial supaya dapat mengelola koperasi dengan baik;
- d. Melakukan perubahan strategi pemasaran dengan cara memanfaatkan teknologi digital.

Berdasarkan tahapan pengembangan SDM tersebut, maka bagi karyawan di Koperasi Berkat dibutuhkan pelatihan dan pengembangan karyawan. Pelatihan sebagai bentuk kegiatan melatih atau mengembangkan suatu keterampilan dan pengetahuan kepada karyawan, yang terkait dengan kompetensi tertentu yang dianggap berguna dan dibutuhkan oleh karyawan demi menyokong peningkatan Koperasi Berkat Cabang Bantaeng.

Untuk memulai pelaksanaan pelatihan dan pengembangan, pihak koperasi harus memperhatikan prosedur dan tahapan dalam pelatihan karyawan guna untuk penyesuaian kondisi dan kebutuhan yang ada pada koperasi. Sehingga Koperasi Berkat Bantaeng berupaya melahirkan pekerjaan yang baik kepada para karyawannya. Termasuk bagi nasabah atau anggota yang memiliki hubungan atau layanan dari koperasi tersebut. Meskipun dalam keadaan yang genting akibat dari musibah seperti pandemi atau keadaan perekonomian yang fluktuatif. Selanjutnya di sisi lain anggota yang selama ini setia melakukan aktivitas simpan pinjam ke koperasi kian membutuhkan modal besar karena usahanya semakin berkembang pula. Mengingat banyak koperasi di Indonesia yang gulung tikar, karena disebabkan koperasi tersebut belum memiliki administrasi sesuai mekanisme atau aturan yang ada. Pengelolaan yang asal-asalan, amburadul tanpa memperhatikan Standar Operasional Pelaksanaan (SOP).

## **E. Kesimpulan**

Berdasarkan latar belakang yang terbangun dengan perolehan jawaban atas pertanyaan penelitian lalu menjadi hasil akhir yang menjelaskan hasil penelitian secara keseluruhan. Pada penelitian ini, sebagai kesimpulan yang didasarkan pada data dan fakta, sehingga hasil penelitian, sebagai berikut:

1. Kehadiran Koperasi Berkat Cabang Bantaeng memberikan gambaran yang sangat memperhatikan kesejahteraan karyawannya. Bahwa gaji dan hak-hak karyawan telah terpenuhi. Seperti perolehan gaji dan pemberian penghargaan lainnya selalu ada. Sehingga, ini sudah sangat sesuai dengan perspektif ekonomi Islam bahwa kesejahteraan pekerja harus diperhatikan oleh orang yang mempekerjakan. Pekerjaan yang didasarkan pada kinerja yang baik akan memperoleh penghasilan yang halal lagi baik.
2. Peran Kebijakan Manajemen Koperasi Berkat Cabang Bantaeng sangat diperlukan terutama dalam pengambilan keputusan yang selalu siap. Karena manajemen merasa bahwa perencanaan sangat penting dalam sebuah tim agar dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini telah diakui oleh pemerintah bahwa Koperasi Berkat Cabang Bantaeng sebagai organisasi percontohan koperasi sehat tingkat nasional.
3. Koperasi Simpan Pinjam “Berkat” Cabang Bantaeng dalam menyejahterakan Karyawan terutama upaya memberikan penghasilan yang baik yang didasarkan pada kinerja yang terpenuhi, kemudian terpenuhinya perasaan kenyamanan dan keamanan orang-orang yang bekerja di Koperasi Berkat Bantaeng.

### Referensi

- Agdianasari, R. (2018). Analisis Tingkat Kesejahteraan Tenaga Kerja Outsourcin G Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT PJB UP Paiton Probolinggo). *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Asrul. (2020). Pengaruh Religiusitas, Reputasi Bank Dan Perolehan Informasi Terhadap Minat Masyarakat Kota Pariaman Untuk Menabung Di Bank Mandiri Syariah. *Ensiklopedia of Journal*, 2(5).
- Citrawati, V. D., Prakosa, A., & Basri, A. I. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, dan Reputasi Terhadap Minat Menabung di Tabungan Tamansari BPR Bantul. *Equilibrium : Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–8.
- Deski, A. (2022). Maqasid Syari’ah Menurut Abdul Wahab Khalaf. *Al-Furqan*, 7(1), 203–213.
- Fadli, M. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Lapangan Pancasila Kota Palopo)*.
- Fajrina, R. S. (2012). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Komunikasi Word Of Mouth terhadap Pembuatan Keputusan ( Studi Pada Mahasiswa / I Komunikasi Pascasarjana Universitas Indonesia ). *Tesis. Universitas Indonesia*.
- Fay, D. L. (1967). Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Internal pada Koperasi Serba Usaha Citra POLTEKNIK Negeri Malang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Fikri, A. L. R., Yasin, M., & Jupri, A. (2018). *Konsep pengelolaan koperasi pesantren untuk kesejahteraan ekonomi masyarakat: telaah surah*. 9(2), 131–150.
- Ghulam, Z. (2016). *Implementasi Maqashid Syariah Dalam Koperasi Syariah*. 7(1), 90–112.

- Hasanah, A. N. (2021). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kecamatan Tebo Ulu). *Repository.Uinjambi.Ac.Id*.
- Hamid, M. S. (2018). Manajemen Pemberdayaan Masyarakat. In *De La Macca* (Vol. 1, Issue 1).
- Maulana, A. (2021). *Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Presepsi Generasi Milenial Sebagai Variabel Moderating*.
- Mauleny, A. T., Alhusain, A. S., Sayekti, N. W., & Lisnawati. (2018). Koperasi Dalam Sistem Perekonomian Indonesia. In *Yayasan Pusaka Obor Indonesia*.
- Mokalu, T. M., Nayoan, H., & Sampe, S. (2021). Peran Pemerintah Dalam Pemberdayaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Di Pasar Langowan Timur Kecamatan Langowan Timur). *Jurnal Governance*, 1(2), 1–11.
- Muhammad, M., Huzaini, & Surati. (2020). Sistem Pengupahan Pada Usaha Waralaba Untuk Kesejahteraan Karyawan Di Kota Mataram Di Tinjau Dari Persepektif Islam. *TAFATTAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiah*, 5(3), 248–253.
- Nengsih, T. A., Arsa, A., & Putri, P. S. (2021). Determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah : Studi empiris di kota Jambi. *Journal of Business and Banking*, 11(1), 93–111. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2599>
- Ngaziz, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Bank Syariah dan Lokasi Terhadap Keputusan Pedagang Pasar Kutowinangun Kabupaten Kebumen Dalam Memilih Produk Di Bank Syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9.
- Ni'mah, I. (2016). Analisis Kesejahteraan Karyawan Outsourcing Dalam Perspektif Karyawan PT Spirit Krida Indonesia. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 300–317.
- Nst, M. Z. A., Transaksi, P., Akad, M., Beli, P. J., & Kunci, K. (2022). *Teori Maqashid Al-Syari ' Ah Dan Penerapannya Pada Perbankan Syariah*. 5(1), 899–908.
- Pandang, A., Abimanyu, S., Mahmud, A., & Samad, S. (2019). Factors Affecting Competence of School Counselors in South Sulawesi. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*, 4(2), 145. <https://doi.org/10.26858/jpkk.v4i2.8657>
- Purwana, A. E. (2014). Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Justicia Islamica*, 11(1).
- Rasyad Al Fajar, M., & Juraidah, J. (2021). Analisis Peran Koperasi Pegawai Negeri (KPN) Syariah Kasabua Ade dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Anggota. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(1), 27–38. <https://doi.org/10.52266/jesa.v4i1.743>
- Rosyid, M., & Saidiah, H. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru. *Islaminomic*, 7(2).

- Rumetna, M. S., Lina, T. N., & Santoso, A. B. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Koperasi Simpan Pinjam Menggunakan Metode Research and Development. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 11(1), 119–128. <https://doi.org/10.24176/simet.v11i1.3731>
- Sinaga, A. A. P. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Di Kota Medan (Studi Kasus Usaha Kecil Dan Menengah). *Jurnal Ilmiah Methonomi Vol.2No.1*, 2(1), 1–9.
- Sitepu, C. F., & Hasyim, H. (2018). Perkembangan Ekonomi Koperasi di Indonesia. *Niagawan*, 7(2), 59–68. <https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10751>
- Sulong, J. bin, & Ismail, F. H. (2011). Kesejahteraan Sejaht: Analisis Dari Perspektif Maqasid. *Journal of Usuluddin*, 79–96.
- Syari, M., Lutfi, M., Saw, N. M., Swt, A., & Kunci, K. (2019). *Konsumsi Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. 2, 65–78.
- Tolong, A., As, H., & Rahayu, S. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Koperasi Simpan Pinjam Pada Koperasi Suka Damai. *Jambura Economic Education Journal*, 2(1), 25–33. <https://doi.org/10.37479/jeej.v2i1.4455>
- Wahab, A. (2020). *Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 5(1), 101–113.
- Wilda Fesanrey, Eva Tuhulola, M. (2022). *Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Di Desa Bara*. 3.
- Winarti. (2021). Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat menabung Di BNI Syariah KCP Kuningan. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman*, 2(2), 5–24.
- Zahra, A. P. (2019). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keyakinan Nasabah Menabung di Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus BMT Amanah Ray Medan)*. 7(2), 107–115.
- Zatadini, N., & Syamsuri. (2019). Konsep Maqashid Syariah Menurut Al-Syatibi Dan Kontribusinya Dalam Kebijakan Fiskal. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 1–14.

## Perkembangan dan Tantangan Peradaban Islam Dalam Konteks Teknik Sipil

Novita Kristianti<sup>1</sup>, Mukhsin Achmad<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Magister Teknik Sipil, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

---

### INFO ARTIKEL

Received: 07 March 2024  
Accepted: 29 March 2024  
Published: 31 March 2023

Email Penulis:

\*[novitakristianti10@gmail.com](mailto:novitakristianti10@gmail.com)

### ABSTRAK

*Islam merupakan agama yang kaffah dimana hamper semua cabang keilmuan terkandung dalam ajaran agama Islam termasuk keilmuan teknik sipil. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peradaban Islam dalam konteks keilmuan teknik sipil. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif berdasarkan kajian literatur. Hasil analisis menunjukkan bahwa Islam membangun peradaban dengan menjadikan pembangunan sebagai symbol dan nilai yang bermanfaat bagi berbagai aspek kehidupan social dan kemasyarakatan. Langkah pertama yang dilakukan Rasulullah di Madinah adalah mendirikan masjid, Masjid Quba dan masjid Nabawi. Islam terus berkembang hingga mencapai masa keemasan dan dalam rentang waktu 1250-1500 Masehi, peradaban dan kebudayaan Islam mengalami berbagai tantangan yang mengakibatkan kemunduran politik, ekonomi, dan intelektual. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi kemunduran ini adalah serangan dan penaklukan dari bangsa Mongol dan penerus mereka, seperti Dinasti Ilkhanate dan Timur Lenk. Proses dari masa kejayaan (keemasan) hingga masuk dalam masa kemunduran peradaban Islam pada periode pertengahan yang disampaikan adalah merupakan sebuah contoh bahwa suatu peradaban akan roboh jika terdapat celah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak luar. Tantangan-tantangan yang ada dalam integrasi nilai keislaman pada teknik sipil di peradaban Islam modern ini dapat dilakukan dengan merekonstruksi nilai-nilai yang tertanam dalam diri untuk dapat merefleksikan diri berdasarkan nilai keislaman.*

*Keywords: Peradaban islam, infrastruktur, teknik sipil, kejayaan Islam.*

---

### A. Pendahuluan

Peradaban Islam merupakan salah satu peradaban yang ikut berkontribusi besar terhadap sejarah perkembangan peradaban dunia. Islam membawa peradaban baru yang memiliki konsep dan misi berbeda dari peradaban yang sebelumnya karena berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist. Dalam sejarahnya, peradaban Islam ini dapat dilihat melalui tiga periode yakni periode Islam masa klasik, periode Islam masa pertengahan, dan periode Islam masa modern. Tokoh-tokoh Islam yang berkontribusi dalam perkembangan peradaban Islam ini telah membuat penemuan-penemuan dari berbagai bidang teknologi dan sains yang mana salah satunya dalam bidang teknik sipil.

Şen (2018) menyatakan bahwa sepanjang sejarah Islam semua generasi informasi berbasis pengetahuan disebut sebagai "ilmu", yang mencakup tidak hanya apa yang disebut pemikiran positif dan sistem pendidikan tetapi juga aspek spiritual dan metafisik kehidupan

juga tergabung di dalamnya. Kemudian Sen (2018) juga mengungkapkan di banyak negara-negara Islam, kekuasaan ada di tangan mereka yang menganjurkan setiap aspek ilmu pengetahuan modern, namun hal ini disayangkan karena kualitas dan produk pendidikan secara umum telah menurun di hampir setiap bidang selama abad ini. Banyak penelitian institusi dan universitas hanya untuk mengisi kesenjangan tingginya permintaan akan pendidikan universitas dan menjaga statistik tetap tinggi sehingga tersedia begitu banyak orang terpelajar di masyarakat.

Ahmad (2011) menyatakan bahwa mempelajari ilmu pengetahuan dan teknik dengan metodologi Islam di kontekstual empat fenomena Alquran; Taskhiir, khilafat, isti'maar dan ilm, nafie akan membantu dalam pencetakan dan persiapan intelektual dan keseimbangan insinyur masa depan dalam konteks Islam. Mempelajari sejarah dan prestasi para cendekiawan Muslim awal akan inspirasi bagi generasi muda.

Karena Islam hadir membawa satu sistem yang menaungi kebahagiaan individu dan masyarakat (*alfard wa al-mujtama'*), maka tak heran jika peradaban Islam tidak bisa lepas dari spiritnya, yaitu Islam. Dengan Islam sebagai dîn dan madaniyyah atau hadârah (peradaban) itu, peradaban umat Islam menjadi jelas maknanya, konsepnya, karakteristiknya, dan kontribusinya terhadap manusia dan kemanusiaan (Dzulhadi, 2015). Selanjutnya Dzulhadi (2015) menyatakan namun demikian, hal di atas perlu dibuktikan dan dinarasikan secara detail bagaimana sejatinya makna peradaban Islam (madaniyyah dan hadârah) itu.

Bidang teknologi dan rekayasa modern saat ini bersumber dan berdasarkan karya mekanik pada zaman Islam kuno. Para tokoh dan penemu atau penemu teknologi yang disebutkan sebelumnya telah menjadi acuan bagi para sarjana ilmu fisika saat ini (Hasan & Daud, 2021). Selanjutnya Hasan dan Daud (2021) menyampaikan bahwa kesinambungan kontribusi para sarjana fisika Islam di zaman modern terlihat terganggu oleh maksud para sarjana fisika Barat untuk merujuk secara tidak langsung ke kontribusi dan bahkan menghapusnya langsung dari referensi sumber aslinya karena tidak ingin menonjolkan keilmuan dan keahlian Islam di bidangnya. Bidang teknologi lain yang dirintis oleh umat Islam seperti bangunan atau konstruksi, pengukuran, navigasi dan flotasi, optik, tenun kain dan lainnya.

Al-Qurân dan Hadits memerintahkan mengembangkan ilmu pengetahuan dengan cara memikirkan ciptaan langit dan bumi, menyuruh untuk berpikir, mengamati dan meneliti alam semesta. Al-Qurân menantang manusia untuk meneliti alam semesta hingga sekecil-kecilnya (Mufid, 2013). Islam mengajarkan untuk para muslim menuntut ilmu sebaik-baiknya, tapi Ahmad (2011) mengungkapkan seiring berjalannya waktu, desakan bagi umat Islam untuk mencari ilmu menurun. Muslim tradisional Institusi Islam didominasi oleh sekularisme. Dampak dari aliran pemikiran modern pun perlahan-lahan membawa umat Islam semakin jauh dari nilai-nilai Islam.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dilihat bahwa peradaban Islam mengalami perubahan seiring berjalannya waktu dimulai dari awal masuknya Islam hingga masa modern sekarang ini. Peradaban Islam telah berkontribusi hingga masa modern dengan memperlihatkan bagaimana sebuah peradaban dibangun berdasarkan dari ajaran Al-Quran. Sejarah dan prestasi tokoh-tokoh Islam terdahulu dapat dipelajari untuk menjadi contoh yang baik bagi generasi-generasi insinyur masa depan. Penelitian ini membahas bagaimana



peran peradaban Islam dalam teknik sipil dan apa saja tantangan integrasi yang dihadapi terutama pada zaman modern ini.

## **B. Kajian Literatur**

### **Perkembangan dan Tantangan Peradaban Islam**

Perkembangan peradaban Islam berlangsung selama lebih dari empat belas abad dan mencakup wilayah geografis yang luas, dari Spanyol hingga Asia Tenggara. Peradaban ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai bidang, termasuk sains, matematika, kedokteran, filsafat, arsitektur, sastra, dan seni. Zaman Keemasan Islam terjadi pada abad ke-8 hingga ke-14. Periode ini menyaksikan berkembangnya peradaban Islam, terutama selama Kekhalifahan Abbasiyah. Para cendekiawan menerjemahkan dan melestarikan teks-teks Yunani, Romawi, dan Persia, yang mengarah pada kemajuan dalam ilmu pengetahuan, filsafat, dan sastra. Kota-kota seperti Baghdad, Kairo, Kordoba, dan Damaskus menjadi pusat pembelajaran dan inovasi (Islam, 2019). Para cendekiawan Muslim memberikan kontribusi terobosan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk matematika (aljabar, trigonometri), astronomi (instrumen astronomi, navigasi angkasa), kedokteran (tradisi Hipokrates dan Galen), optik, dan kimia. Tokoh-tokoh seperti Al-Khawarizmi, Ibnu Sina (Avicenna), Al-Razi (Rhazes), dan Ibnu al-Haytham (Alhazen) terkenal atas kontribusinya (Dalacoura, 2019).

Seni dan Arsitektur Islam juga menjadi bukti peradaban Islam. Peradaban Islam menghasilkan karya seni dan arsitektur megah yang ditandai dengan pola geometris yang rumit, arabesque, kaligrafi, dan motif dekoratif. Contoh-contoh penting termasuk masjid di Cordoba, Alhambra di Spanyol, Kubah Batu di Yerusalem, dan Taj Mahal di India (Ghani, 2021). Aspek lain adalah Perdagangan dan Perniagaan. Peradaban Islam mengembangkan jaringan perdagangan yang luas yang memfasilitasi pertukaran barang, ide, dan budaya di seluruh Afro-Eurasia. Rute perdagangan seperti Jalur Sutra dan rute maritim di Samudra Hindia menghubungkan berbagai wilayah, yang mengarah pada kemakmuran ekonomi dan pertukaran budaya (Prange, 2018).

Aspek selanjutnya adalah Tradisi Hukum dan Intelektual. Peradaban Islam mengembangkan sistem hukum yang canggih (Syariah) berdasarkan Al-Quran dan Hadis, serta prinsip-prinsip yurisprudensi (fikih). Tradisi intelektual seperti teologi (kalam), filsafat (falsafah), dan mistisisme (tasawuf) berkembang pesat, memberikan kontribusi pada perdebatan teologis dan praktik-praktik spiritual (Makdisi, 2022).

Disisi lain terdapat beberapa tantangan dalam mempertahankan peradaban Islam. Diantara tantangan dalam mempertahankan peradaban Islam adalah Kemunduran dan Fragmentasi. Kemunduran peradaban Islam dimulai dengan fragmentasi kekuatan politik, konflik internal, dan invasi eksternal. Invasi Mongol, Perang Salib, dan kemudian penjajahan Eropa memecah-belah wilayah-wilayah Muslim dan mengacaukan lembaga-lembaga ekonomi, politik, dan budaya (Savagheb, 2022). Selanjutnya Stagnasi Intelektual dimana Peradaban Islam mengalami kemunduran dalam penyelidikan ilmiah dan intelektual sejak abad ke-14 dan seterusnya. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penurunan ini termasuk ketidakstabilan politik, ortodoksi agama, penurunan patronase, dan adopsi interpretasi konservatif terhadap hukum Islam (Iqbal, 2022).

Kolonialisme dan Modernisasi juga menjadi tantangan dalam mempertahankan peradaban Islam. Kekuatan kolonial Eropa mendominasi sebagian besar dunia Muslim sejak abad ke-19 dan seterusnya, memaksakan pengaruh politik, ekonomi, dan budaya mereka. Kolonialisme mengganggu lembaga-lembaga tradisional, melemahkan industri pribumi, dan menciptakan kesenjangan sosial dan ekonomi yang masih ada hingga hari ini. Peradaban Islam menghadapi berbagai tantangan kontemporer, termasuk ketidakstabilan politik, otoritarianisme, terorisme, sektarianisme, kemiskinan, korupsi, dan marjinalisasi perempuan dan kaum minoritas. Globalisasi, kemajuan teknologi, dan urbanisasi yang cepat juga menimbulkan tantangan baru bagi cara hidup tradisional (Zaharani & Akhmetova, 2021).

Terlepas dari tantangan-tantangan ini, peradaban Islam terus berkembang dan beradaptasi dalam menanggapi perubahan keadaan. Upaya-upaya untuk merevitalisasi pendidikan, mempromosikan keadilan sosial, mendorong dialog antarbudaya, dan memanfaatkan inovasi teknologi menawarkan harapan bagi perkembangan masyarakat Islam di masa depan.

### **Teknik Sipil dalam Perspektif Islam**

Teknik sipil telah memainkan peran penting dalam peradaban Islam, berkontribusi pada pengembangan infrastruktur, arsitektur, dan perencanaan kota di berbagai wilayah di mana Islam telah menyebar (Said, 2018). Salah satu kontribusi paling signifikan dari peradaban Islam terhadap teknik sipil adalah di bidang pengelolaan air. Para insinyur Muslim mengembangkan sistem yang canggih untuk pasokan air, irigasi, dan drainase, terutama di daerah kering dan semi-kering. Teknik-teknik seperti qanat (saluran bawah tanah), kincir air, bendungan, kanal, dan waduk digunakan untuk memanfaatkan dan mendistribusikan air untuk pertanian, pemukiman perkotaan, dan pemandian umum (Sen, 2017).

Arsitektur Islam terkenal dengan penggunaan material, sistem struktur, dan elemen dekoratifnya yang inovatif. Insinyur sipil dalam peradaban Islam mengembangkan teknik-teknik canggih untuk membangun masjid, istana, benteng, dan bangunan umum. Fitur arsitektur yang terkenal termasuk kubah, lengkungan, menara, halaman, dan pola geometris yang rumit. Contoh landmark arsitektur Islam yang ikonik antara lain Masjid Agung Kordoba, Istana Alhambra, Hagia Sophia, dan Kubah Batu (Iswanto et al. 2019).

Peradaban Islam berinvestasi dalam pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur untuk mendukung kegiatan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup. Para insinyur sipil membangun jalan, jembatan, saluran air, dan karavan untuk memfasilitasi perdagangan dan perjalanan melintasi wilayah yang luas. Proyek-proyek infrastruktur ini memainkan peran penting dalam menghubungkan daerah-daerah yang jauh, mendorong pertukaran budaya, dan mempromosikan pembangunan ekonomi (Kamal & Nasir, 2022).

Disisi lain, Para insinyur Muslim membuat kemajuan yang signifikan dalam ilmu pengetahuan material dan teknik konstruksi. Mereka mengembangkan metode baru untuk menggali, memotong, dan membentuk batu, serta teknik pembuatan batu bata, plesteran, dan pekerjaan ubin. Inovasi-inovasi ini berkontribusi pada daya tahan, estetika, dan integritas struktural arsitektur Islam.

### **C. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini pendekatan sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis data kualitatif dari studi, dokumen, dan teks yang ada. Menurut Miles dan Huberman, analisis dibagi menjadi beberapa tahap yaitu sebagai berikut: Reduksi data adalah tahap penyederhanaan data sesuai dengan kebutuhan agar mudah mendapatkan informasi. Data yang sudah dikumpulkan akan dikategorikan atau dikelompokkan menjadi data yang sangat penting, kurang penting, dan tidak penting. Selanjutnya peneliti bisa menyimpan mana data yang perlu dan membuang data yang tidak perlu untuk penelitian. Dengan begitu data akan lebih sederhana dan jelas sehingga mudah ke tahap selanjutnya (Miles & Huberman, 1994).

Selanjutnya penyajian data dilakukan untuk menampilkan data yang sudah direduksi ke dalam bentuk grafik, chart, dan lainnya. Tujuannya agar lebih mudah disampaikan dan dipahami oleh pihak lain. Ini juga akan memudahkan pembaca dalam menyerap informasi yang terdapat dalam data. Penarikan kesimpulan atau conclusion drawing adalah informasi yang diperoleh dari data yang sudah disusun dan dikelompokkan yang kemudian disajikan menggunakan teknik tertentu. Kesimpulan dapat diletakkan paling akhir atau sebagai penutup sehingga pembaca dapat menemukan kesimpulan dari seluruh penelitian (Miles & Huberman, 1994).

### **D. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **Sejarah Infrastruktur Bangunan Periode Klasik**

Perkembangan Islam dalam kacamata sejarah, terbagi menjadi tiga periode yaitu pertama disebut periode klasik, pada masa ini Islam mengalami kemajuan bahkan disebut sebagai masa keemasan Islam namun sekitar tahun 650-1250 Masehi Islam mengalami gelombang disintegasi (pemecahan) (Gunawan, 2019). Langkah pertama yang dilakukan Rasulullah di Madinah adalah mendirikan masjid, Masjid Quba dan masjid Nabawi. Masjid difungsikan Rasulullah bukan hanya tempat shalat semata. Masjid adalah simbol Islam yang melambangkan pandangan hidup yang komprehensif dan universal. Masjid Nabawi adalah pusat spiritual untuk ibadah, politik, markas militer, institusi social di mana kaum muslimin belajar dan mempraktikkan disiplin, persamaan, persatuan, dan persaudaraan (Efendi et al. 2023). Ustman melakukan perluasan pada Masjidil Haram meskipun telah dilakukan pada masa pemerintahan Umar (Gultom dan Tini, 2020).

Dalam Basri et al. (2023) menyatakan bahwa awalnya, Islam tiba di wilayah Spanyol pada masa kekuasaan Daulah Umayyah pada tahun 711 Masehi, membawa serta semangat intelektual dan keilmuan yang menjadi pionir bagi peradaban di Eropa. Kehadiran Islam di Spanyol tidak hanya menciptakan pusat-pusat keilmuan yang gemilang, tetapi juga memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan seni, arsitektur, dan sistem sosial. Perguruan tinggi Islam di Spanyol menjadi pusat pembelajaran bagi ilmuwan dan peneliti dari berbagai kalangan, memberikan sumbangan signifikan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan pada masa itu.

Dalam bidang pembangunan fisik, peradaban Islam di Spanyol menitikberatkan pada perdagangan, pembangunan jalan-jalan, dan pasar-pasar. Bidang pertanian juga mengalami

perkembangan dengan diperkenalkannya sistem irigasi baru. Infrastruktur seperti dam, kanal, saluran air sekunder dan tersier, serta jembatan air dibangun untuk meningkatkan distribusi air di kawasan tersebut. Semua ini mencerminkan kemegahan pembangunan fisik yang menjadi ciri khas peradaban Islam di Spanyol pada masa tersebut (Basri dkk, 2023).

Selanjutnya pada pada masa Umayyah, Gultom dan Tini (2020) mengungkapkan kekhalfan ini dibatasi oleh tiga lapis tembok yang berada dipusat kota yaitu, Baghdad. Pembangunan tembok tersebut merupakan bentuk peradaban yang membedakan antara dunia luar dan dunia dalam. Selain pembangunan tembok, di dalam Bagdad terdapat bangunan rumah sakit umum gratis yang mana Gultom dan Tini (2020) juga menyampaikan bahwa sistem rumah sakit umum gratis ini dipandang sebagai sistem pelayanan kesehatan nasional pertama di dunia.

Pembangunan mesin hidrolik juga disebutkan dalam peradaban era bani Umayyah dalam Filson (2020) kegagalan Bendungan Marib di akhir abad ke 6 M tergambar dalam sebuah ayat Al-Quran. Maknanya jelas; era lama telah berakhir hanya dengan kekuasaan baru. Namun dalam hal kesinambungan, teknik hidrolik dan mesin akan menjadi ciri khas Zaman Keemasan Islam, meskipun aspek budaya ini berhutang budi kepada Saba kuno dan kemudian Himyarite peradaban Yaman memerlukan studi lebih lanjut di luar kaca mata sempit makalah ini.

Dalam penelitiannya, Filson (2020) menyatakan ada penerapan prinsip yang sama pada konteks penelitian ini. Secara khusus, penelitian ini mendasarkan sendiri berangkat dari prinsip yang sama dengan sejarah lisan dan tulisan seperti Iklil karya al-Hamdani, pasti akan ditemukan dalam budaya material budaya Islam kemudian, dalam karya-karya mekanika, fisika dan hidrostatika serta penemuan terkenal Banu Musa, Ridwan, al-Jazari dan al-Khazani, dan lain-lain, yang telah dikategorikan secara luas 'Teknologi Islam'.

Dapat dilihat pada sejarahnya, peradaban Islam mencapai masa keemasannya pada era kepemimpinan Bani Umayyah. Selain contoh-contoh pencapaian di atas, Daulay dkk. (2021) merangkum pencapaian pembangunan fisik pada era ini sebagai berikut:

- 1) Kuttab adalah tempat belajar dalam tingkatan pendidikan rendah dan menengah.
- 2) Majelis Muhadharah adalah tempat pertemuan para ulama, sarjana, ahli pikir, dan pujangga untuk membahas masalah-masalah ilmiah.
- 3) Darul Hikmah adalah perpustakaan yang didirikan oleh Harun al-Rasyid. Ini merupakan perpustakaan terbesar yang di dalamnya juga disediakan tempat ruangan belajar.
- 4) Madrasah Perdana Menteri Nidhom al-Mulk adalah orang yang mula-mula mendirikan sekolah dalam bentuk yang ada sampai sekarang ini dengan nama Madrasah.
- 5) Masjid biasanya dipakai untuk pendidikan tinggi dan takhassus (Pendidikan intensif untuk mempelajari ilmu Agama Islam dan Bahasa Arab, biasanya berlangsung satu tahun).

## Sejarah Infrastruktur Bangunan Periode Pertengahan

Abad pertengahan ialah tahapan sejarah umat Islam yang diawali sejak tahun-tahun terakhir keruntuhan Daulah Abbasiyah (1250 M) sampai timbulnya benih-benih kebangkitan atau pembaharuan Islam yang diperkirakan terjadi sekitar tahun 1800 M (Sewang, 2017).

Matematika merupakan aspek yang paling penting dalam pembangunan infrastuktur. Pada periode pertengahan, peradaban Islam mengalami kemajuan dalam bidang matematika. Arrifada dkk. (2016) menyatakan abstraksi matematika terus mengalami perkembangan yang pesat pada abad pertengahan. Pada periode ini berlangsung aktivitas intelektual yang menakjubkan dengan pusat peradaban dikendalikan kaum Muslim. Kaum Muslim memegang kepemimpinan kebangkitan intelektual yang bahkan lebih cepat dibandingkan apa yang dilakukan orang-orang Yunani ribuan tahun sebelumnya.

Salah satu tokoh Islam yang menjadi pelopor dan berkontribusi besar pada kejayaan Islam periode pertengahan yakni Al-Khawarizmi. Al-Khawarizmi merupakan seorang ilmuwan yang memiliki keahlian dalam bidang matematika, geografi serta astronomi. Berbagai hasil karyanya tidak terlepas dari usahanya untuk menjelajahi dan melengkapi ilmu yang telah ada sebelumnya sehingga menjadi inspirasi dan bahan kajian generasi selanjutnya. Mulyadi (2018) menyatakan pola pemikiran Al-Khawarizmi terdapat beberapa karya yang disusunnya seperti *Al-Jabr*, *Dixit Algorizmi*, *Astronomi*, *geografi*, dan karya karya lain.

Pada periode Pertengahan ini, peradaban Islam mulai mengalami kemunduran yang disebabkan oleh banyak faktor. Hal ini disebabkan dengan dimulainya invasi penyerangan bangsa Mongol. Seperti yang disampaikan Basri dkk. (2024) menyimpulkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kemunduran tersebut adalah serangkaian invasi dan penaklukan oleh bangsa Mongol, seperti penaklukan Baghdad oleh Mongol padatahun 1258 M. Serangan ini memiliki dampak yang sangat merusak pada pusat-pusat kebudayaan Islam, termasuk perpustakaan besar di Baghdad yang terbakar habis. Selain mengakibatkan kerusakan fisik, serangan-serangan ini juga menimbulkan trauma dan ketakutan di kalangan umat Islam, yang berdampak negatif pada kegiatan intelektual dan perkembangan ilmu pengetahuan. Banyak sarjana dan cendekiawan Islam yang terbunuh atau melarikan diri akibat serangan ini, sehingga kehilangan sumber daya intelektual yang berharga.

Kebangkitan intelektual dalam bidang matematika di Eropa didukung dengan banyaknya pemuda Eropa yang menuntut ilmu ke perguruan tinggi pada masa keemasan Islam. Selanjutnya mereka menyerap ilmu pengetahuan karya matematikawan Muslim melalui gerakan penerjemahan ke dalam bahasa Latin. Orang-orang Mozareb sangat berperan dalam menerjemahkan karya-karya matematikawan Muslim yang berbahasa Arab kedalam bahasa Latin, karena mereka menguasai kedua bahasa tersebut dengan baik (Arrifada et al, 2016)

Dalam rentang waktu 1250-1500 Masehi, peradaban dan kebudayaan Islam mengalami berbagai tantangan yang mengakibatkan kemunduran politik, ekonomi, dan intelektual. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi kemunduran ini adalah serangan

dan penaklukan dari bangsa Mongol dan penerus mereka, seperti Dinasti Ilkhanate dan Timur Lenk. Serangan brutal Hulagu Khan pada tahun 1258 Masehi menghancurkan Baghdad, menandai titik balik dalam penurunan Zaman Keemasan Islam. Serangan-serangan Timur Lenk yang kejam juga menyebabkan penderitaan besar bagi umat Muslim, dengan kematian dan kehancuran di banyak wilayah, termasuk Irak, Suriah, Anatolia, dan India (Basri dkk, 2024).

Proses dari masa kejayaan (keemasan) hingga masuk dalam masa kemunduran peradaban Islam pada periode pertengahan yang disampaikan adalah merupakan sebuah contoh bahwa suatu peradaban akan roboh jika terdapat celah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak luar. Terlepas dari masa kemunduran, Islam sempat meraih kejayaan yang menjadi acuan ketertinggalan bangsa Eropa saat itu. Infrastruktur prasarana seperti madrasah dan perpustakaan, hingga masjid berperan penting dalam kontribusi berputarnya pusat ilmu pengetahuan. Setelah terjadi penyerangan invasi dan penghancuran infrastruktur fisik, peradaban Islam sulit untuk kembali ke masa jayanya disebabkan oleh melemahnya ekonomi dan kesiapan mental muslim setelah perang untuk membangun kembali saat itu.

### **Sejarah Infrastruktur Bangunan Periode Modern**

Peradaban Islam periode Modern ini dimulai sekitar tahun 1800 M hingga saat ini. Sewang (2017) mengungkapkan benturan-benturan antara Islam dengan kekuatan Eropa menyadarkan umat Islam bahwa jauh tertinggal dengan Eropa dan yang merasakan pertama persoalan ini adalah kerajaan Turki Usmani yang langsung menghadapi kekuatan Eropa yang pertama kali. Kesadaran tersebut membuat penguasa dan pejuang-pejuang Turki tergugah untuk belajar dari Eropa.

Pada tahun 1970 Mesir menyelesaikan pembangunan bendungan Aswan untuk mendukung irigasi pertaniannya. Bendungan yang sangat besar tersebut berhasil meningkatkan produktivitas dan sekaligus juga memperluas area pertanian yang dapat dialiri secara baik. Di samping itu, bendungan yang ada juga membangkitkan efektivitas perikanan penduduk yang ada di sekitarnya. Belakangan Mesir juga memulai proyek pembangunan pemukiman di wilayah-wilayah gurun, guna mengurangi konversi lahan pertanian yang subur menjadi wilayah hunian (Asari, 2019).

Pembangunan-pembangunan fisik sangat dahsyat dari pembangunan jalan raya, jalan kereta, pelabuhan sampai maskapai penerbangan Internasional, perhotelan, peribadatan seperti Masjidil Haram yang ditengah masjid terdapat Kakbah dan baitul Atiq, Hajar Aswad, Hijr Ismail, Makam Ibrahim dan sumur Zam-Zam yang letaknya berdekatan dengan Kakbah (Sewang, 2017). Selain mencoba membangun infrastruktur yang lebih indah dan efektif untuk peribadatan maupun pertanian, Iran mencoba membangun sesuatu yang berbeda yakni diungkapkan oleh Asari (2019) sejak tahun 1973 Iran melalui *Atomic Energy Organization of Iran* telah memulai pembangunan reaktor listrik bertenaga nuklir dengan bantuan Rusia.

Dalam perkembangannya peradaban Islam modern hingga saat ini masih berusaha di titik mulai yang sudah ditinggal maju terlebih dahulu oleh bangsa Barat. Peradaban Islam yang mengalami beberapa peperangan setelah mundurnya masa keayaan, membutuhkan

waktu yang cukup lama agar Islam kembali menjadi persatuan yang kokoh berdasarkan Al-Quran dan Hadist. Mulai bangkitnya peradaban Islam dalam dilihat dari infrastruktur teknik sipil, yang mana umat muslim membangun sekolah, universitas, perpustakaan, masjid, sistem transportasi, dan lainnya. Hal ini menyatakan bahwa umat muslim sudah siap untuk memulai menuntut ilmu dan memperbaiki kesalahan yang mana sudah diperintahkan dalam Islam dan dijunjung tinggi prinsipnya.

Dalam sebuah pembangunan infrastruktur, jika dilihat dari perpektif islam maka pembangunan harus berdasarkan nilai-nilai Islam yang ada pada Al-quran dan Hadist. Pembelajaran dari sejarah peradaban Islam yang dapat dipetik oleh umat muslim yakni bahwa sebuah bangunan jika tidak dikerjakan berdasarkan aqidah dan hukum agama, maka bangunan itu akan roboh seperti persatuan umat muslim yang memiliki celah akibat terkecoh akan harta dan kekuasaan pada zaman kemunduran peradaban Islam. Karena teknik sipil merupakan tentang perhitungan dan desain, mengerti teori dan hukum yang berlaku diperlukan untuk menggunakan ilmu tersebut, begitu pula dengan peradaban Islam.

### **Tantangan Teknik Sipil Pada Islam Era Modern**

Senam et al. (2014) asalkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai kepemimpinan Islam diterapkan dan dipraktikkan secara konsisten, dengan mengelola proyek secara Islami, karena manajer proyek yang sadar Tuhan (taqwa) adalah individu yang bermoral dan beretika tinggi, hal ini misalnya dapat mengatasi permasalahan yang terkait dengan perilaku tidak etis dan salah urus dalam proyek. Unsur kesadaran Tuhan dan agama jelas tidak ada dalam teori-teori modern karena agama adalah urusan pribadi dan memang demikian adanya dipisahkan dari kepemimpinan dan aktivitas sehari-hari dalam model dan organisasi Barat (e.g Toor 2008).

Dampak kolonialisme terhadap umat Islam pendidik dan siswa pada Talbani dan Aziz. (1996) dalam Ahmad (2011) menyebutkan hal ini disebabkan karena rencana kolonialis untuk menjauhkan pendidikan Islam dengan kenyataan dan modernitas. Mereka mendirikan apa yang disebut sekolah sekuler mempunyai pandangan untuk melanggengkan bukan hanya sekolah sekuler berorientasi pada pengembangan sumber daya manusia tetapi juga pada fashion pendekatan pembangunan untuk menyesuaikan diri dengan sekuler pandangan dunia. Alhasil, sebagian besar dari mereka yang hadir sekolah sekuler dicuci otak dan dikorupsi pemikiran, sikap dan visi dimodelkan agar sejalan dengan pandangan dunia sekuler.

Proyek konstruksi menghadapi tantangan besar dan umumnya dituduh rendah kinerja, korupsi, tumpahan, penipuan dan praktik tidak etis di antara proyek peserta, pembengkakan biaya dan waktu selain kegagalan proyek yang umum meskipun ada kemajuan alat dan teknik manajemen proyek. Kepemimpinan yang efektif sangat penting untuk konstruksi proyek. Kepemimpinan diterima secara luas sebagai salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu proyek dan manajemen proyek adalah kegiatan yang intensif pemimpin dan efektif kepemimpinan dengan sendirinya dapat memastikan bahwa suatu proyek akan sukses (Senam dkk, 2014).

Tantangan-tantangan yang dihadapi Teknik Sipil ada pada era Islam modern ini merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari. Persaingan dengan prinsip modern barat ini

dapat dihindari dengan mengganti ataupun memasang paradigma yang ada pada diri setiap muslim pada bidangnya dengan nilai-nilai aqidah yang berlaku. Cara ini akan membuat manusia menghindari individualisme pada diri masing-masing dan mendapatkan keseimbangan antara hak perorangan serta kewajiban yang ada di lapangan. Pentingnya memahami dan mendalami ilmu Islam diperlukan agar sebagai manusia dapat saling bermanfaat untuk manusia lainnya tanpa merugikan.

### **E. Kesimpulan**

Pembangunan merupakan salah satu bukti sejarah dan menjadi symbol peradaban suatu masa atau kejadian sejarah. Islam juga meninggalkan sejarah dan pelajaran-pelajaran berharga melalui bukti pembangunan. Langkah pertama yang dilakukan Rasulullah di Madinah adalah mendirikan masjid, Masjid Quba dan masjid Nabawi. Masjid difungsikan Rasulullah bukan hanya tempat shalat semata. Masjid adalah simbol Islam yang melambangkan pandangan hidup yang komprehensif dan universal. Masjid Nabawi adalah pusat spiritual untuk ibadah, politik, markas militer, institusi social di mana kaum muslimin belajar dan mempraktikkan disiplin, persamaan, persatuan, dan persaudaraan. Setelah Islam berhasil menguasai Spanyol, pada masa kekuasaan Daulah Umayyah pada tahun 711 Masehi, membawa serta semangat intelektual dan keilmuan yang menjadi pionir bagi peradaban di Eropa. Kehadiran Islam di Spanyol tidak hanya menciptakan pusat-pusat keilmuan yang gemilang, tetapi juga memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan seni, arsitektur, dan sistem sosial.

Selanjutnya dalam rentang waktu 1250-1500 Masehi, peradaban dan kebudayaan Islam mengalami berbagai tantangan yang mengakibatkan kemunduran politik, ekonomi, dan intelektual. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi kemunduran ini adalah serangan dan penaklukan dari bangsa Mongol dan penerus mereka, seperti Dinasti Ilkhanate dan Timur Lenk. Serangan brutal Hulagu Khan pada tahun 1258 Masehi menghancurkan Baghdad, menandai titik balik dalam penurunan Zaman Keemasan Islam. Proses dari masa kejayaan (keemasan) hingga masuk dalam masa kemunduran peradaban Islam pada periode pertengahan yang disampaikan adalah merupakan sebuah contoh bahwa suatu peradaban akan roboh jika terdapat celah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak luar..

Tantangan-tantangan yang ada dalam integrasi nilai keislaman pada teknik sipil di peradaban Islam modern ini dapat dilakukan dengan merekonstruksi nilai-nilai yang tertanam dalam diri untuk dapat merefleksikan diri berdasarkan nilai keislaman. Selain itu, pendidikan merupakan peran penting untuk generasi muslim penerus di masa datang. Menuntut ilmu yang baik dan benar merupakan salah satu cara agar sebagai umat muslim dapat menjadi lebih bijak dalam hidup. Al-Quran memiliki kata pertama yaitu iqra', maka sebagai manusia harus tetap terus belajar untuk mendapatkan jawaban akan tantangan-tantangan yang ada.



### Referensi

- Ahmad, Z. (2011). *Integrating and infusing of Islamic values in the existing engineering course subject: A case study*. 2nd International Conference on Professional Ethics and Education in Engineering 2011 (ICEPEE'11).
- Arrifada, Y., Rofiqoh, D., dan Kusaeri (2016). *Dinamika Perkembangan Matematika Abad Pertengahan Hingga Munculnya Gerakan Renaissance (Implikasinya Terhadap Pembelajaran Matematika di Sekolah)*. Jurnal Fourier | Oktober 2016, Vol. 5, No. 2, 49-56.
- Asari, H. (2019). *Sejarah Islam Modern Agama dalam Negosiasi Historis Sejak Abad XIX*. Perdana Publishing: Kelompok Penerbit Perdana Mulya Sarana. Medan. Indonesia.
- Basri, M., Ditya, A., dan Sirait, A. S. (2023). *Kemajuan Peradaban Islam Di Spanyol*. Mushaf Journal : Jurnal Ilmu Al Quran dan Hadis. Vol. 3 No. 3 Desember 2023, page 501-511.
- Basri, M., Kholida, N., Hsb, N. F., dan Aulia, J. D. (2024). *Masa Kemunduran Peradaban Islam*. Jurnal Sosial Dan Humaniora. Vol. 1, No. 3 Februari 2024, Hal. 115-121.
- Dalacoura, K. (2019). "Islamic Civilization" as an Aspect of Secularization in Turkish Islamic Thought. *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, 44(3 (169), 127-149.
- Daulay, H. P., Dahlan, Z., dan Putri, Y. A. (2021). *Peradaban dan Pemikiran Islam pada Masa Bani Abbasiyah*. Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Vol 1 No 22021, hal 228-244.
- Dzulhadi, Q. N. (2015). Islam Sebagai Agama dan Peradaban. *Tsaqafah: Jurnal Peradaban Islam*. Jawa Timur. Vol. 11 No. 1 (2015): Islamic Civilization.
- Efendi, E., Deni Armanda, D., Gultom, I. P., Ginting, I. M., dan Ritonga, S. P. (2023) *Manajemen Dakwah Rasulullah Dalam Menanamkan Sikap Moderasi Beragama Umat Islam di Madinah*. Innovative: Journal Of Social Science Research. Volume 3, Nomor 2, Tahun 2023, Page 87-93.
- Filson, L. (2020) Hydraulic And Pneumatic Devices In Pre-Islamic Yemen. *AWE* 19 (2020) 269-283. doi: 10.2143/AWE.19.0.3288568 . Woldenberg Art Center Tulane University. USA.
- Ghani, S. M. U. (2021). The Islamic Art and Architecture: A Reflection of Islamic Civilization. *Al Haqeeqah*, 1(2), 33-40.
- Gultom, R. Z. dan Tini, A. Q. (2020). *Pembangunan Infrastruktur dalam Islam: Tinjauan*

- Ekonomi dan Sosial*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(02), 2020, 203-211.
- Gunawan, S. (2019). *Peranan Islam Dalam Pembangunan Pradaban Dunia*. Jurnal El-Qanuny. Volume 5 Nomor 1 Edisi Januari – Juni 2019.
- Hasan, N. A. H., dan Daud, M. A. (2021). *Islamic Civilization: Contributions and Achievements*. Jurnal 'Ulwan Special Issue I: Kolokium Penyelidikan Ijazah Tinggi Jilid 6 (Bil.1) 2021: 278-294
- Iqbal, M. (2022). The Causes of Stagnation in Islamic Civilization, in the Context of the Intellectual Decline in Muslim Societies. Available at SSRN 4446049.
- Islam, M. H. (2019). Islam and civilization (analysis study on the history of civilization in Islam). *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 22-39.
- Iswanto, I., Nurjanah, A., Prasajo, I., Anindiyahadi, F., & Raharja, N. M. (2019). Mosque as a Civilization Center. *Int. J. Innov. Technol. Explor. Eng*, 8(12), 1072-1074.
- Kamal, M. A., & Nasir, O. (2022). Minimalism in Architecture: A Basis for Resource Conservation and Sustainable Development. *Facta Universitatis, Series: Architecture and Civil Engineering*, 277-300.
- Kamal, M. A., & Nasir, O. (2022). Minimalism in Architecture: A Basis for Resource Conservation and Sustainable Development. *Facta Universitatis, Series: Architecture and Civil Engineering*, 277-300.
- Makdisi, G. (2022). *Religion, law and learning in classical Islam*. Routledge.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Mufid, F. (2013). *Integrasi Ilmu-Ilmu Islam*. Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah.
- Mulyadi, A. (2018). *Pemikiran Al-Khawarizmi Dalam Meletakkan Dasar Pengembangan Ilmu Astronomi Islam*. International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din. Vol 20 No 1.
- Prange, S. R. (2018). *Monsoon Islam: trade and faith on the medieval Malabar Coast*. Cambridge University Press.
- Said, M. M. T. (2018). The correlation of Islamic civilization in sciences with Western world. *Jurnal Studi Al-Qur'an*, 14(1), 1-15.
- Savagheb, J. (2022). Theories of the decline of Islamic civilization. *Journal of Historical Sociology*, 14(1), 189-236.

- Şen, Z. (2018) *How to Improve the Science and Engineering Education in Islamic Countries?*. Journal of University Research, December 2018, Volume 1, Issue 3, Page: 121-131. Sayfa.
- Şen, Z. (2018). How to Improve the Science and Engineering Education in Islamic Countries?. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 121-131.
- Senam, M. R., Rashid, K. A., Sarkawi, A. A., dan Zaini, R. M. (2014). *Construction Project Leadership from the Perspective of Islam*. International Journal of Islamic Thought. Vol. 6: (Dec.) 2014.
- Sewang, A. (2017). *Sejarah Peradaban Islam*. Wineka Media, Parepare, Indonesia.
- Talbani, Aziz. (1996). *Pedagogy, power, and discourse: Transformation of Islamic education*, Review, 40, 1, p.66-82.
- Zaharani, N. F., & Akhmetova, E. (2021). Islam, Modernity and the Concept of Progress (Islam, Pemodenan dan Konsep Kemajuan). *Journal of Islam in Asia (E-ISSN 2289-8077)*, 18(3), 205-230.