

## **BABIPENDAHU**

### **LUAN**

#### **A.LatarBelakang**

Seiring dengan majunya perkembangan zaman, banyak sekali perubahan-perubahan yang dapat kita lihat di segala bidang terutama di bidang teknologi yang perkembangannya semakin maju. Dampaknya bisa terlihat dari kecenderungan masyarakat yang semakin aktif pada dunia internet mengakibatkan perubahan-perubahan dalam berkomunikasi secara personal. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat banyak tempat-tempat yang menggunakan internet seperti halnya warung internet yang memasang koneksi internet bertujuan bisa menarik para pelanggan. Mereka juga telah menformat ulang perkembangan organisasi, produksi, dan pemasaran barang-barang dan layanan terutama kemajuan teknologi internet yang menjadi mudah dan cepat kapan pun dan dimanapun berada. Fungsi internet dari hari ke hari semakin meningkat terutama dalam membantu promosi penjualan barang-barang dan jasa di seluruh penjuru.

Salah satu teknologi yang paling cepat kemajuannya adalah *gadget*, *gadget* adalah barang yang hampir rata-rata masyarakat miliki, kemudahan menggunakan *gadget* dan mengakses internet, hal ini mengakibatkan kecenderungan masyarakat beraktivitas di dunia *online*. Salah satunya adalah gaya hidup masyarakat yang melakukan transaksi atau berbelanja secara *online*.

*Online shop* adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memudahkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual

melalui media internet menggunakan sebuah web ataupun media sosial<sup>1</sup>. Berbelanja pada *Online shop* memudahkan berbelanja tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Karena kemudahan inilah membuat *online shop* semakin diminati. Bahkan ada beberapa produk yang ditawarkan lebih murah bila dibandingkan dengan harga pasar dan tidak memakan biaya distribusi atau pengiriman.

Perkembangan bisnis *online* di Indonesia terlihat dengan semakin banyaknya pengguna internet serta banyaknya minat masyarakat dalam berbelanja *online*. Di Indonesia sendiri banyak sekali terdapat bisnis *online* baik dalam skala kecil hingga besar. Fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan dalam berbelanja *online*, membuat para pelaku bisnis dapat dengan mudah memasarkan produk mereka. Sebuah penelitian yang dilakukan Perusahaan teknologi yang bergerak di bidang *e-commerce* (SIRCLO) menunjukkan rata-rata satu orang konsumen Indonesia dapat berbelanja *online* di *marketplace* sebanyak 3-5 kali dalam satu bulan, dan menghabiskan hingga 15% dari pendapatan bulanan mereka<sup>2</sup>. Ini yang mendasari bahwa bisnis *online* di Indonesia sangat menjanjikan dan dapat berkembang lebih pesat lagi.

Media sosial menunjukkan tren baru bahwa perusahaan atau sebuah usaha dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan mempromosikan sebuah produk. Kecenderungan masyarakat dalam mengakses media sosial memberikan

---

<sup>1</sup> Agung Wijaya, *pengertian online shop*, Jakarta: Media Press, 2022, hlm. 23.

<sup>2</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 1.

dampak kemudahan bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka. Berikut adalah data yang menunjukkan perilaku pengguna internet di Indonesia<sup>3</sup>.

**Tabel 1.1**  
**Perilaku Pengguna Internet di Indonesia**

<b>Konten internet yang sering diakses</b>	<b>Jumlah Pengunjung (%)</b>
Media Sosial	89,15%
Chatting online	73,86%
Shopping online	21,26%
Game online	14,23%
Portal berita	11,98%
Transportasi online	9,27%
Music online	8,49%

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2022.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa media sosial menempati posisi pertama untuk konten internet yang paling sering di akses, ini membuktikan bahwa media sosial dapat memberikan kemudahan para pelaku usaha untuk meluaskan bisnis online nya melalui media sosial. Media sosial ini mempunyai peranan penting dalam melakukan menyampaikan sebuah pesan pada saat proses komunikasi. Media sosial juga menawarkan suatu bentuk komunikasi yang lebih personal, individual, dan dua arah sehingga para pelaku usaha dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan

---

<sup>3</sup>Yusufal-Qardhawi, *Normadan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997M.), h.31.

dapat melakukan interaksi terhadap konsumen serta membangun keterikatan yang lebih dalam agar konsumen lebih loyal.

Kemudahan penggunaan media sosial serta berbagai fitur yang diberikan menyebabkan media sosial diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, oleh karena itu dengan adanya media sosial ini dapat membantu suatu perusahaan atau bidang usaha untuk menginformasikan atau mengiklankan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga perusahaan atau bidang usaha lain dapat melakukan komunikasi media sosial untuk mendapatkan respon dari konsumen maupun calon konsumen yang mengenai produk yang ditawarkan tersebut.<sup>4</sup> Media sosial dapat dengan mudah dijangkau oleh pengguna internet diseluruh penjuru, Selain itu, dengan menggunakan media sosial pelaku usaha dapat berinteraksi dengan konsumen sehingga komunikasi yang dibuat oleh pelaku usaha dianggap sebagai elemen penting dalam bisnis *online* atau *online shop*<sup>5</sup>.

Berbelanja melalui *online* pada satu sisi dapat memberikan kemudahan dan menguntungkan bagi masyarakat. Namun kemudahan itu jika tidak diiringi dengan etika budaya dan hukum yang tegas akan mudah terjebak dalam tipu muslihat saling curang, dan saling mendzalimi. Disinilah “Islam bertujuan untuk melindungi umat manusia sampai kapanpun agar adanya aturan jual beli dalam Islam yang sesuai dengan ketentuan syari’at agar tidak terjebak dengan keserakah dan kezalimannya

g

---

<sup>4</sup>M. Umer Chapra, “Negara Sejahtera Islam dan Perannya di Bidang Ekonomi”, dalam Ainur R. Sophian, *Etika Ekonomi Politik: Elemen-Elemen Strategi Pembangunan Masyarakat Islam*, Surabaya, Risalah Gusti, 1997, hlm. 28.

<sup>5</sup>Fakhrudin Jamil, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta, Logos Wacana Ilmu, 1997) hlm. 43.

merajalela”<sup>6</sup>.Maka untuk menghindarinya, bisnis online haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Prinsip-prinsip Islam tersebut antara lain: Prinsip ibadah (*Mabda' al-Ibadah*); prinsip kebebasan berakad (*Hurriyahat Ta'aqud*), prinsip saling ridha, prinsip keadilan, amanah, dan itikad baik, prinsip kejelasan informasi produk yang ditawarkan dan prinsip *halal al-hoyibah*. Sebagaimana Firman Allah Subhana huwata'ala dalam Q.S An-Nisa (4) ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesama kamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>7</sup>

Ayat di atas menegaskan bahwa manusia hendaklah makan dari rezeki yang baik (halal). Maka manusia pun harus lebih menyadari betapa pentingnya halal haram dalam hal konsumsi. Manusia haruslah menjadikan halal menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian sebuah produk baik makanan ataupun yang bukan makanan sesuai ajaran Islam.

Kehalalannya suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen terutama konsumen muslim. Baik produk itu adalah makanan, obat-obatan ataupun

<sup>6</sup>Triana Sofian, *hukum Islam*, Jakarta: Media Press, 2008, hlm. 13.

<sup>7</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Pusataka Amani, 2011, Qs. An-Nisa' /4:29.

barang-barang konsumsi lainnya. Jaminan produk halal juga di atur dalam Undang-Undang nomer 33 tahun 2014 dimana ada penjamin dan kepastian hukum tentang produk halal. Adanya peraturan tersebut mempertegas betapa mendesaknyapersoalanhalalharamdalam sistem produksidaripelakuusahahingga sampai dikonsumsi oleh konsumen adalah wujud nyata bahwa Negara untuk melindungi konsumen.

Dalam Al-Quran Allah berfirman tentang produk halal pada Surah Al-Baqarah

(2) ayat 172:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُلُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوْا لِلّٰهِ  
 اِنْ كُنْتُمْ اِيَّاهُ تَعْبُدُوْنَ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.”*<sup>8</sup>

Ayat diatas menegaskan bahwa manusia hendaklah makan dari rezeki yang baik (halal). Maka manusia pun harus lebih menyadari betapa pentingnya halal haram dalam hal konsumsi. Manusia haruslah menjadikan halal menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian sebuah produk baik makanan ataupun yang bukan makanan sesuai ajaran Islam. Pengertian produk halal juga terdapat pada Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal (JPH) pada pasal 1 ayat (2) yaitu: “produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai syariat Islam. Jaminan

<sup>8</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Pusataka Amani, 2011, Qs. Al-Baqarah/2:172.

penyelenggaraan produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan serta ketersediaan produk halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan produk<sup>9</sup>. Memilih produk halal juga dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat salah satunya memberikan tenang dari produk yang sudah terjamin untuk dikonsumsi sesuai aturan produk halal.

Berbelanja secara *online* memang saat ini sedang dinikmati oleh sebagian besar mahasiswa, karena dengan cara baru inilah mahasiswa tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang yang diinginkan. Memilih barang apa saja yang diinginkan, cukup dengan memilih gambar yang tersedia di *account online shop* tersebut lalu memesan secara langsung, membayar dengan cara *transfer* langsung, hal ini sangat mudah sekali dilakukan.

Berdasarkan latar belakang di atas dan dengan adanya penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang berbeda maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi. Dengan demikian penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Minat Mahasiswa Terhadap *Online Shop* Dalam Perkembangan Produk Halal”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dirumuskan masalah penelitian ini adalah

---

<sup>9</sup>Undang-Undang nomor 33 Pasal 1 Ayat (2), tentang Jaminan produk halal, Bandung: Grenmedia 2004, hlm. 234.

1. Bagaimana pengaruh minat mahasiswa terhadap *online shop* dalam perkembangan produk halal?
2. Bagaimana peran *online shop* di media sosial dalam perkembangan produk halal?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dibuat maka didapatkan tujuan dari penelitian yaitu

- a Mengetahui pengaruh minat mahasiswa terhadap *online shop* dalam perkembangan produk halal.
- b Menganalisis sejauh mana peran *online shop* di media sosial dalam perkembangan produk halal.

#### **2. Kegunaan Penelitian**

##### **a) Bagi Praktisi**

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi masyarakat umum dan juga Mahasiswa FAIUISU khususnya Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah tentang pengaruh minat mahasiswa terhadap *online shop* dalam perkembangan produk halal.

### **b Bagi Akademis**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan pembaca pada umumnya, dan khususnya bagi mahasiswa-mahasiswi yang berkecimpung dalam bidang Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan masalah minat mahasiswa terhadap online shop dalam perkembangan produk halal.

### **c Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini secara teoritis dapat memberikan sumbang pemikir dan dalam memperkaya wawasan tentang minat mahasiswa terhadap *online shop* dalam perkembangan produk halal dan bagi peneliti selanjutnya untuk mencari judul yang tidak sama agar bisa memperluas referensi.

## **D. Batasan Istilah**

Agar penelitian ini tidak terlalu umum pengertiannya, maka perlu dibuat batasan-batasan istilah dalam sebuah penelitian dan yang menjadi batasan istilah dalam penelitian ini yaitu:

### **1. Minat Mahasiswa**

Minat mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kecenderungan dalam diri mahasiswa untuk merasa tertarik terhadap sesuatu yang menyebabkan ia melakukan sesuatu yang telah menarik minatnya dan kecenderungan mahasiswa dalam melakukan sesuatu yang diminatinya, baik dalam membeli maupun dalam hal lainnya.

## 2. *OnlineShop*

Belanjaonline merupakan kegiatan sukarela, hedonis, dan penggunaanya berpartisipasi karena termotivasi secara intrinsik. Kenikmatan dapat diperoleh dari kesenangan dan kegembiraan dalam pengalaman berbelanja secara *online*, bukan berdasarkan penyelesaian dari transaksi tersebut menemukan bahwa kenikmatan sebagai prediktor yang konsisten dan kuat terhadap sikap berbelanja *online*, masyarakat mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara kebanyakan. Ketika berbelanja mereka memilih berbelanja online dari padanya secara langsung.<sup>10</sup>

## 3. Produk Halal

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”, secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terkait dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Atau diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi. Halal adalah segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam kosakata sehari-hari lebih sering digunakan untuk menunjukkan makanan dan minuman yang diizinkan dikonsumsi menurut Islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya. Produk halal dapat dilihat pada label setiap produk, maka dari itu setiap pembeli terlebih dahulu memperhatikan produk tersebut halal atau tidak.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Juliana Marpaung, *OnlineShop Dalam Bisnis Perdagangan*, Bandung: Gramedia, 2011, hlm. 18

<sup>11</sup>Muhammad Ali, *Halal Dalam Pandangan Islam*, Jakarta: Persada Press, 2012, hlm. 10

## E. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara dalam sebuah penelitian, yang mana dalam hipotesis dugaan tersebut kebenarannya mendekati dengan fakta.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah minat mahasiswa merupakan *dependent* variabel bergantung pada *independent* variabel yang ditetapkan dalam penelitian yaitu *online shop* dalam perkembangan produk halal. Dalam penelitian ini hipotesis penelitian adalah:

Ada pengaruh minat mahasiswa terhadap online shop dalam perkembangan produk halal.

## F. Sistematika Penulisan

Memudahkan pemahaman dalam laporan ini, maka akan dikemukakan sistematika hasil yang secara garis besar dapat dilihat sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN, Memuat kajian tentang latar belakang masalah, Rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, batasan istilah, telaah pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI, Tentang berbagai teori yang menjadi landasan teori penelitian, meliputi: minat mahasiswa, *ONLINE SHOP*, produk halal dan hasil penelitian terdahulu yang relevan.

---

<sup>12</sup>Arikunto, *Hipotesis Dalam Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Gramedia, 2011, hlm. 23.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN, membahas tentang lokasi penelitian, jenis dan sifat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : LAPORAN HASIL PENELITIAN, Menjelaskan lebih lanjut tentang paparan analisis data berdasarkan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN, Berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran-saran dari penulis sebagai sumbangan pemikiran berdasarkan teori dan hasil penelitian yang telah diperoleh dan daftar pustaka.





## **BAB I LANDASAN**

### **TEORITIS**

#### **A. Pengaruh Minat Mahasiswa Terhadap *Online Shop* Dalam Perkembangan Produk Halal**

##### **1. Pengertian Minat**

Minat adalah sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja terlahir dengan penuh kemauannya yang tergantung dari bakat dan lingkungannya. Minat merupakan salah satu aspek psikis yang mendorong manusia mencapai tujuannya. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek, cenderung memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada objek tersebut. Namun, apabila objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka orang itu tidak akan memiliki minat atas objek tersebut. Oleh karena itu, tinggi rendahnya perhatian atau rasa senang seseorang terhadap objek dipengaruhi oleh tinggi rendahnya minat seseorang tersebut.

Menurut Slameto, Minat merupakan suatu dorongan yang kuat dalam diri seseorang terhadap sesuatu. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.<sup>1</sup> Mahasiswa yang memiliki minat terhadap menulis cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subjek tersebut. Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan

---

<sup>1</sup>Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010, hlm. 182.

apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan.

## 2. Unsur-Unsur Minat

Menurut Adityaromantika seseorang dikatakan berminat terhadap sesuatu bila individu itu memiliki beberapa unsur antara lain:<sup>2</sup>

### a. Perhatian

Seseorang dikatakan berminat apabila seseorang disertai adanya perhatian, yaitu kreativitas jiwa yang tinggi yang semata-mata tertuju pada suatu objek, jadi seseorang yang berminat terhadap sesuatu objek pasti perhatiannya akan memusat terhadap sesuatu objek tersebut.

### b. Kesenangan

Perasaan senang terhadap sesuatu objek baik orang atau benda akan menimbulkan minat pada diri seseorang, seseorang merasa tertarik kemudian pada saatnya timbul keinginan yang dikehendaki agar objek tersebut menjadi miliknya. Dengan demikian individu yang bersangkutan berusaha untuk mempertahankan objek tersebut.

### c. Kemauan

Kemauan yang dimaksud adalah dorongan yang terarah pada suatu tujuan yang dikehendaki oleh akal pikiran. Dorongan ini akan melahirkan timbulnya suatu perhatian terhadap suatu objek. Sehingga dengan demikian akan muncul minat seseorang yang bersangkutan.

---

<sup>2</sup>Ahmad Susanto, *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, 60.

Minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan suka terhadap suatu hal atau aktifitas tanpa adanya yang menyuruh. Antara minat dan perasaan senang terdapat timbal balik, sehingga tidak mengherankan jika mahasiswa yang berperasaan tidak senang juga akan kurang berminat dan begitu juga sebaliknya. Orang yang memiliki minat yang tinggi maka ia tidak akan mudah putus asa demi tercapainya tujuannya tersebut. Karena jika hal yang diinginkan bisa tercapai maka rasa kepuasanlah yang didapat dari usaha yang telah dilaksanakan.

### **3. Jenis-Jenis Minat**

Timbulnya minat pada diri seseorang pada prinsipnya dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: minat yang berasal dari pembawaan dan minat yang timbul karena adanya pengaruh dari luar.<sup>3</sup> Dijelaskan kedua jenis minat tersebut yaitu: Pertama, minat yang berasal dari pembawaan, timbul dengan sendirinya dari setiap individu, hal ini biasanya dipengaruhi oleh faktor keturunan atau bakat alamiah. Kedua, minat yang timbul karena adanya pengaruh dari luar diri individu, timbul seiring dengan proses perkembangan individu bersangkutan. Minat ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan, dorongan orangtua, dan kebiasaan atau adat.<sup>3</sup>

Berdasarkan pendapat yang diuraikan di atas maka penulis menyimpulkan bahwa jenis-jenis minat berdasarkan sebab-sebab timbulnya minat ada dua yaitu minat yang spontan dari dalam diri seseorang tanpa adanya pengaruh dari luar dan minat terpolanya yaitu minat yang timbul akibat adanya pengaruh dari kegiatan-kegiatan yang terencana yang asalnyanya dari luar individu itu sendiri.

---

<sup>3</sup>*Ibid*, hlm. 70.

Adapun pendapat lain mengenai jenis-

jenis minat menurut Arikunto bahwa minat dibagi menjadi 10 jenis, yaitu:

- a. Minat terhadap alam sekitar, yaitu minat terhadap pekerjaan-pekerjaan yang berhubungan dengan alam, binatang, dan tumbuhan.
- b. Minat mekanis, yaitu minat terhadap pekerjaan yang bertalian dengan mesin-mesin atau alat mekanik.
- c. Minat hitung menghitung, yaitu minat terhadap pekerjaan yang membutuhkan perhitungan.
- d. Minat terhadap ilmu pengetahuan, yaitu minat untuk menemukan fakta-fakta baru dan pemecahan problem.
- e. Minat persuasif, yaitu minat terhadap pekerjaan yang berhubungan untuk mempengaruhi orang lain.
- f. Minat seni, yaitu minat terhadap pekerjaan yang berhubungan dengan kesenian, kerajinan, dan kreasi tangan.
- g. Minat literer, yaitu minat yang berhubungan dengan masalah-masalah membaca dan menulis berbagai karangan.
- h. Minat musik, yaitu minat terhadap masalah-masalah musik, seperti menonton konser dan memainkan alat-alat musik.
- i. Minat layan sosial, yaitu minat yang berhubungan dengan pekerjaan untuk membantu orang lain.
- j. Minat klerikal, yaitu minat yang berhubungan dengan pekerjaan administratif.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Amir Hamzah Nasution, *Minat Dalam Jual Beli*, Jakarta: Gramedia, 2010, hlm. 18

#### 4. Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat seseorang tidak timbul secara tiba-tiba. Minat tersebut ada karena pengaruh dari beberapa faktor, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat menurut Crow sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Rahman Shaleh, ada beberapa faktor yang menjadikan timbulnya minat, yaitu:<sup>5</sup>

- a. Dorongan dari dalam. Yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah, atau aktivitas lain yang menantang. Faktor dorongan dalam yaitu persepsi seseorang mengenai diri sendiri, harga diri, harapan pribadi, kebutuhan, keinginan, kepuasan, dan prestasi yang diharapkan.
- b. Motif sosial. Yaitu minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.
- c. Faktor emosional. Minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.

Secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Menurut Reber, dalam psikologi minat tidak termasuk istilah populer karena ketergantungannya yang

---

<sup>5</sup> Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab, *Didaktik Pendidikan Agama*. Jakarta: Bulan Bintang, 1976, hlm. 263-265

banyak pada faktor-faktor internal lainnya seperti: Pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan.<sup>6</sup>

a. Faktor dari luar (eksternal)

Faktor dari luar yang mencakup keluarga, teman pergaulan atau lingkungan.

1) Keluarga

Keluarga merupakan lingkungan pendidikan yang pertama dan utama dari individu merupakan peletak dasar pendidikan, dalam arti bahwa nilai-nilai pendidikan dan pembentukan pribadi selanjutnya berfungsi pada apa yang telah ditanamkan oleh keluarga. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Amb o Enre Abdullah bahwa: Keluarga dapat menimbulkan kesulitan belajar seseorang oleh karena beberapa hal antara lain : latar belakang pendidikan orang tua yang rendah, cara mendidik orang tua yang kurang bijaksana (terlalu keras atau terlalu lemah), otoriter atau acuh tak acuh, juga dapat disebabkan karena kurangnya bimbingan dan perhatian dari orang tua terhadap anak-anaknya, kurang menyiapkan biaya dan alat-alat pelajaran minimal (prasyarat) yang dibutuhkan anak-anaknya dan kurang cinta kasih dari orang tua.<sup>7</sup>

2) Teman pergaulan

Pengaruh teman bergaul lebih cepat masuk dalam jiwa seseorang. Sesuai dengan perkembangannya, seseorang senang membuat kelompok bergaul dengan kelompok yang disenangi. Pada umumnya kelompok bergaul

---

<sup>6</sup>Reber dalam Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015, hlm. 152

<sup>7</sup>Dendy Sugono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi IV*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008, hlm. 831.

memiliki kesamaan keinginan ataupun kesenangan. Hal ini berkaitan puladengan minat menulisnya, bila teman pergaulanya memiliki minat menulismaka minat temannya tersebut akan mempengaruhi dirinya untuk menulispula.

### 3) Lingkungan

MenurutDendy Sugono,“lingkungan adalah daerah ataukawasanyangtermasukdidalamnya”.

<sup>8</sup>Lingkunganyangmendukungmenyebabkanseseorang berkeinginan untuk lebih memanfaatkan keadaan tersebut untukmendukungminatnya.SementaraituWijiSuwarnoberpendapatbahwa “lingkunganpendidikanadalahlingkunganyangmelingkupiterjadinyaprosespe ndidikan,dimanalingkunganpendidikanmeliputilingkungankeluarga,sekolah, danmasyarakat”.<sup>9</sup>

#### b. Faktordaridalam(internal)

Yaitu faktor yang berasal dari dalam diri sendiri.Faktor internal disebut jugasebagai sesuatu yang membuat seseorang berminat yang datangnya dari dalamdiri. Faktor internal mencakup Pemusatan perhatian, Keingintahuan, Motivasi,danKebutuhan.

1) Pemusatan Perhatian Menurut Sumardi Suryabrata, “Perhatian merupakanbanyaksedikitnyakesadaranyangmenyertaisuatuaktivitasyangdil akukan”.<sup>10</sup> Perhatian merupakan keaktifan jiwa yang dipertinggi, jiwaitupunsemata-matatertujukepadaobjek.Perhatianadalahkeinginan yang

---

8

AmboEnreAbdullah,*PengaruhMotivasiBerprestasidanPerilakuKomunikasiAntarPribaditerhadapEfektivitas KepalaSekolah*.Editorialjurnalpendidikanankebudayaan, hlm. 22.

<sup>9</sup>WijiSuwarno,*Dasar-dasarIlmuPendidikan*.Yogyakarta:Ar-RuzzMedia,2006,hlm.39

<sup>10</sup>SumadiSuryabrata,*PsikologiPendidikan*,Yogyakarta:PT.RajagrafindoPersada,2007, hlm.4

dilakukan seseorang dalam hubungannya dengan pemilihan rangsangan yang datang dari lingkungannya.<sup>16</sup> Dapat disimpulkan bahwa perhatian adalah pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekelompok objek.

- 2) Keingintahuan Salah satu ciri kondisi psikis yang sehat adalah rasa ingintahu. Keingintahuan sejalan dengan kreativitas dari seseorang dapat dicirikan dengan seringnya bertanya dan mencari tahu sesuatu yang sedang dihadapi dengan mengadakan eksplorasi dengan lingkungannya.
- 3) Motivasi Dalam buku psikologi pendidikan Sugihartono dkk, menyatakan “motivasi diartikan sebagai suatu kondisi yang menyebabkan atau menimbulkan perilaku tertentu yang memberi arah dan ketahanan pada tingkah lakunya tersebut”.<sup>11</sup>  
Motivasi merupakan suatu proses yang menentukan tingkatan kegiatan, intensitas, konsistensi, serta arah umum dari tingkah laku manusia, merupakan konsep rumit dan berkaitan dengan konsep-konsep lain seperti minat, konsep diri, sikap dan sebagainya.<sup>12</sup>
- 4) Kebutuhan Menurut Maslow dalam buku Sugiyono “manusia memiliki kebutuhan. Manusia adalah makhluk yang memiliki keinginan”.<sup>13</sup> Setiap keinginan yang telah dipenuhi, maka keinginan hatinya akan timbul. Atas dasar kebutuhan manusia, Maslow membagi kebutuhan kedalam 5 jenis yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan memiliki rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Kelima

<sup>11</sup>Sugihartono dkk, *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta: UNY Press, hlm. 15.

<sup>12</sup>Slameto, *Belajaran dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010, hlm, 90

<sup>13</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011,

kebutuhan tersebut bersifat hierarki. Artinya kebutuhan yang lebih tinggi akan terpenuhi apabila kebutuhan yang lebih rendah telah terpenuhi. Minat seseorang juga dipengaruhi oleh kebutuhan. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa kebutuhan adalah segala yang harus terpenuhi bagi seorang individu. Jika kebutuhan tidak terpenuhi maka kehidupan tidak akan berjalan sesuai dengan fungsinya.

## **B. OnlineShop**

### **1. Pengertian OnlineShop**

Ada beribu-ribu alasan mengapa masyarakat bisnis harus berhubungan ke internet, dan memang salah satu segmen internet yang sangat cepat pertumbuhannya adalah bidang komersial. Internet memang menciptakan suatu lingkungan sebagai lahan untuk melakukan bisnis. Terdapat banyak cerita mengenai bisnis kecil dan besar yang berhasil meningkatkan investasi mereka yang relatif kecil dengan mengeluarkan biaya-hubungan ke internet. Mereka mencari informasi pada internet, memelihara hubungan dengan para pelanggan, atau menyediakan layanan online dan membuka toko maya.<sup>14</sup>

Dari segi bahasa, toko *online* berasal dari dua suku kata, yakni toko dan *online*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, toko berarti sebuah tempat atau bangunan permanen untuk menjual barang-barang (makanan, minuman, dan sebagainya). Sedangkan *online* yang terjemahan bahasa Indonesia adalah dalam

---

<sup>14</sup>Tracy LaQuey, *Sahabat Internet: Pedoman bagi Pemula untuk Memasuki Jaringan Global*, edisi 2, ITB, Bandung, 1997, hlm. 17.

jaringan atau disingkat daring menurut wikipedia adalah keadaan di saat seseorang terhubung ke dalam suatu jaringan atau sistem yang lebih besar. Jadi berangkat dari dua pengertian secara bahasa tersebut kita dapat mengartikan toko *online* sebagai tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan dalam hal ini jaringan internet.<sup>15</sup>

*Online shop* menjadi bisnis yang berpeluang besar karena tidak adanya batas pasar. Semua orang di seluruh penjuru dunia dapat mengakses bisnis *website* kita. Pasar menjadi sangat besar. Bisnis ini juga buka 24 jam, dan tidak membatasi waktu. Bisnis *online* memang berbeda dengan bisnis konvensional, yang membedakan adalah sarana yang digunakan. Jika dalam bisnis konvensional (*offline*), para pihak yang berperan dalam bisnis bertemu dan berinteraksi langsung di suatu tempat di dunia nyata, maka pada bisnis *online* para pihak yang berperan dalam dunia bisnis *online* bertemu dan berinteraksi di dunia maya melalui internet tanpa batasan waktu dan wilayah.

Salah satu faktor terpenting dalam bisnis *online* adalah kepercayaan. Artinya, antara pihak harus memiliki rasa kepercayaan terhadap satu sama lain. Selama menjalankan bisnis *online*, antara pihak memang tidak bertemu secara langsung.<sup>16</sup> Untuk pasar Indonesia sendiri peluang bisnis *online* sangat menggiurkan. Hal ini dikarenakan pengguna internet di Indonesia semakin lama semakin bertambah pesat.

---

<sup>15</sup>Muhammad Yusuf dan Ahmad Yusuf, *1 Jam Membuat Toko Online dengan Jumlah Virtuemart*, Yogyakarta, Expert, 2012, hlm. 1.

<sup>16</sup>Wikan Pribadi, Blog Peneur: *Menjadi Enterpreneur dan Mengembangkan Bisnis Lewat Blog*, Bukune, Jakarta, 2009, hlm. 31-32.

## 2. *Marketing Online Shop*

Dalam dunia bisnis pemasaran merupakan hal yang sangat penting, karena dengan pemasaran inilah produk yang dihasilkan akan diketahui oleh konsumen. Dalam pemasarannya biasanya *online shop* memanfaatkan beberapa layanan dan aplikasi yang tersedia dalam komputer ataupun *smartphone* yang mereka miliki, antara lain seperti:<sup>17</sup>

### a. *Facebook*

*Facebook* merupakan situs jejaring sosial yang saat ini sedang viral di dunia maya. *Facebook* merupakan karya dari Mark Elliot Zuckerberg bersama kawannya, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes, saat belajar di Harvard University pada tahun 2004. Pada Februari 2004, Zuckerberg meluncurkan program tersebut dan langsung disambut hangat oleh mahasiswa Amerika Serikat dengan langsung membuka *account facebook*. Pada tahun 2005, Zuckerberg memutuskan untuk menamakan perusahaannya yaitu *Facebook*. Awalnya *facebook* dikenal dari mulut ke mulut di antara para siswa di Amerika Serikat, selanjutnya menyebar ke sekolah lain dan universitas lain di Amerika Serikat, sampai akhirnya terkenal diseluruh dunia.

### b. *Twitter*

*Twitter* hingga saat ini masih menjadikan nikmat tersendiri untuk para netter.

Sudah banyak pengguna internet yang beralih menggunakan layanan ini. Ada banyak hal tentangnya yang menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat internet dengan memutuskan untuk migrasi ke dalam *twitter*.

---

<sup>17</sup>Madcoms, *50 Aplikasi Populer untuk Twitter*, Andi Offset, Yogyakarta 2010, hlm. 1.

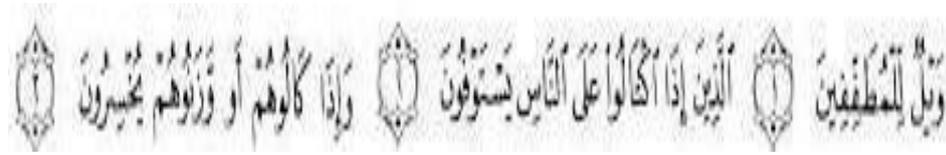
Mula dari tampilan yang simpel dan mudah dioperasikan hingga fitur *realtime* yang interaktif. Karena perkembangannya, maka banyak sekali layanan atau aplikasi yang beredar di dalam internet untuk semakin memudahkan user dalam memanfaatkan layanan *twitter* ini.<sup>18</sup> Salah satu alasan pelaku bisnis memanfaatkan layanan ini adalah

komplitnya fasilitas yang diberikan, karena dalam menu utama langsung bisa digunakan untuk melakukan post tweet atau melihat *tweet*, *mentions*, melihat *direct message*, ataupun melihat daftar *following* dan *followers*.

- c. *Instagram* *Instagram* merupakan salah satu aplikasi atau fitur unggulan yang ada di *smartphone* yang memudahkan para pengguna untuk berbagi foto. Sistem sosial di dalam *instagram* adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *instagram*. Dengan demikian, interaksi antar sesama pengguna *instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Kebanyakan dari pelaku bisnis lebih suka menggunakan layanan ini, hal ini dikarenakan *instagram* dalam membagikan foto langsung bisa ditautkan dengan *facebook* dan *twitter*, sehingga mereka tidak perlu membagikan foto-foto produknya satu persatu dari berbagai macam layanan, dengan *instagram* semua langsung bisa diatasi. Hal ini sangat memudahkan pebisnis dalam mempromosikan produknya karena sangat hemat waktu.

---

<sup>18</sup>*Ibid*, hlm.4



Artinya: *Celakalah bagiorang-orang yang curang (dalam menakard dan menimbang)! (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.*<sup>19</sup>

### 3. Keunggulan dan kelemahan internet dalam perdagangan online

Internet menawarkan sejuta harapan di bidang ekonomi, hampir semua aktivitas perdagangan (jual beli) dengan mudah dilakukan oleh sebagian orang yang ter hubung dengan jaringan *worldwide web*.<sup>20</sup>

Berikut beberapa keunggulan dan kelemahan internet dalam perdagangan online:

#### a. Keunggulan

- 1) Potensi pasaryang luas Perdagangan *online* mampu menjangkau pasaryanglebih luas dibandingkan perdagangan *offline*. Melalui jaringan *internet*, dapat membantu pemasaran dan penetrasi secara online, yang dijalankan hingga mencakup semua daerah bahkan sampai kelintas negara. orientasi pasar adalah sesuatu yang penting bagi perusahaan sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu menyesuaikan diri dengan pasar.

<sup>19</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'andan Terjemahannya*, Qs. Al-Mutaffifin/83:1-3

<sup>20</sup> Tim PT. Saint Technologies Indonesia, *Menuju Perdagangan Komoditi Online: Ftrading sebagai Software Pendukung Perdagangan Komoditi Online*, Pustaka El-Syarif, Jakarta, 2011, hlm.58-59.

- 2) Biaya operasional dapat dihemat Biaya operasional yang cenderung lebih murah dibandingkan perdagangan berbasis *offline*. Perdagangan *online* dapat dikerjakan dari rumah dan dari mana saja, tidak terlalu membutuhkan biaya operasional yang relatif lebih tinggi layaknya perdagangan *offline*.
- 3) Mampu operasional 24 jam Jam kerja perdagangan online tidak terbatas, bahkan nonstop 24 jam. Karena dalam menjalankan perdagangan *online* yang bekerja adalah sistem, sehingga tugas pemilik atau pelaku usahanya memberikan follow up atas permintaan yang telah diterima sistem.
- 4) Kemudahan pelayanan kepada konsumen Mudah nya pelayanan yang diberikan kepada para konsumen, dengan fasilitas *online* yang mendukung. Misalnya untuk pembayar dapat dilakukan dengan mencantumkan nomor rekening bisnis anda, sehingga hasil omset penjualan dapat langsung diterima.
- 5) Modal relatif kecil Dalam bisnis *online*, modal bukanlah hal utama bagi para pelaku dan pemilik. Karena banyak peluang yang dapat dijalankan dengan modal relatif kecil bahkan tanpa modal sama sekali, modal utama yang seharusnya dimiliki adalah fasilitas komputer dan adanya jaringan internet.
- 6) Tidak perlu gudang dan tempat luas untuk *stok* barang Keunggulan lain dari bisnis via internet ini seringkali para pelaku tidak perlu memiliki tempat khusus untuk menyimpan barang atau gudang besar untuk *stok* barang, sehingga bisa menghemat biaya gudang atau sewa tempat.

7) Media promosi yang efektif Promosi secara *online* relatif lebih efektif, karena dalam menjalankan perdagangan online para pelaku mampu membidik target pasar dengan menyesuaikan *content* yang *up to date*. Jadi, dengan adanya informasi yang ada pada situs, kita bisa memetakan pangsa pasar yang akan dituju. Tinggal menyesuaikan target pasarnya dan tentu berkurang beban dalam bertransaksi seperti umumnya sales atau *marketing* yang harus berhadapan langsung dengan calon pembeli.

#### b. Kekurangan

Disamping keunggulan seperti tersebut di atas, internet juga mempunyai beberapa kelemahan secara umum, antara lain:

- 1) Ancaman virus Salah satu masalah dalam dunia internet adalah ancaman virus yang selalu berkembang. Berbagai macam virus yang telah tersebar secara bervariasi, khususnya menyebar lewat jaringan internet baik secara e-mail maupun file yang diunduh.
- 2) Tindak kejahatan internet (*cybercrime*) Tindak kejahatan yang terjadi di internet barangkali terjadi, misalnya *hacking* yaitu proses masuk secara ke situs tertentu yang dilakukan oleh hacker. Selain itu juga *cracking*, yaitu kegiatan *hacking* yang tidak hanya masuk secara paksa, namun juga mengambil dan merusak data dari situs tersebut.
- 3) Ketergantungan pada jaringan telepon, satelit, dan ISP Fasilitas jaringan telepon, satelit, dan ISP menjadi sangat berpengaruh terhadap pemakaian internet. Namun berkat perkembangan teknologi yang terjadi, kini

banyak operator seluler yang menambahkan internet sebagai basis layanan utamanya.

## C. Perkembangan Produk Halal

### 1. Pengertian Halal

Halal secara etimologis, berasal dari bahasa Arab yang mempunyai makna diperbolehkan, membebaskan, memecahkan dan membubarkan. Halal adalah segala sesuatu meliputi makanan dan minuman yang berdasarkan ketentuan agama Islam diperbolehkan untuk dikonsumsi. Makanan disini termasuk tumbuh-tumbuhan, buah-buahan, hewan-hewan, baik hewan darat maupun laut yang dapat dimakan. Sementara minuman halal adalah segala sesuatu yang dapat diminum kecuali minuman yang dapat memabukkan.<sup>21</sup>

Pengertian produk makanan dan minuman halal dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa “Produk halal merupakan produk yang telah dinyatakan halal, berdasarkan ketentuan syariat Islam”.

Halal secara umum tidak hanya terbatas mengenai barangnya, melainkan juga berkaitan dengan cara mendapatkannya yang dilakukan secara halal, bukan merupakan makanan yang diperoleh dari hasil mencuri, serta juga berhubungan dengan cara pengolahan, penyimpanan, dan penyajian makanan tersebut. Penggolongan makanan, minuman, obat, dan pangan halal dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, lebih menitikberatkan kepada substansi bahan bahannya, serta cara pengolahan dan penembelihannya. Bahan-

---

<sup>21</sup>Yazid Abu Fida, *Ensiklopedi Halal Haram Makanan*, Pustaka Arafah, Solo, 2014, hlm. 21

bahan makanan yang dikategorikan halal, berasal dari hewan ternak seperti sapi, kambing dan unta.<sup>22</sup> Bahan-bahan makanan yang digolongkan tidak halal antara lain:

- a. Hewan yang kematiannya bukan karena disembelih, melainkan disebabkan hal lain seperti diserang oleh hewan lain, tercekik, ataupun terjatuh, sehingga menjadi angkai, kecuali pada hewan seperti bangkai dan serangga.
- b. Bahan yang berasal dari darah mengalir, kecuali sisa-sisa darah yang melekat di dalam daging.
- c. Segala Bahan yang berasal dari babi yang meliputi bulu, jeroan, daging, lemak, tulang, darah, dan kulitnya.
- d. Hewan yang disembelih dengan cara yang bertentangan dengan syariat, dimana ketentuan dalam agama Islam mengatur tata cara penyembelihan hewan seperti:
  - 1) Penyembelihan yang dilakukan secara tradisional diharuskan untuk membuat lubang penampung darah, dan hewan yang disembelih diletakkan dengan mengarah ke kiblat.
  - 2) Penyembelihan yang dilakukan secara mekanik, dimana hewan harus dipastikan terlebih dahulu berada dalam kondisi tidak sadar atau melakukan pemingsan saat disembelih.<sup>23</sup>

## 2. Fatwa MUI

Sebagai negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam, nilai-nilai ajaran Islam dapat dikatakan telah melekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, baik dalam aspek sosial-kemasyarakatan, maupun sosial-politik. Sehingga

---

<sup>22</sup>Hussein Bahresy, *Pedoman Fiqh Islam, Al-Ikhlâs*, Surabaya, 1981, hlm.303

<sup>23</sup>*Ibid*, hlm.308

segalaaktivitas masyarakat harus selalumendapatkan tuntunan,serta bimbingandalam bidangkeagamaanyangdiwujudkan dalam bentuk pemberian fatwa.<sup>24</sup>

Fatwa secara bahasa dapat diartikan sebagai nasihat, penjelasan, dan jawabanyang dikeluarkan oleh lembaga fatwa terhadap masalah keagamaan, berdasarkan hukum Islam dan berlaku untuk umum. Fatwa pada dasarnya merupakan sebuah legal opinion yang sifatnya tidak mengikat. Namun pada kenyataannya, fatwa bagi umat Islam tidak hanya dianggap sebagai pendapat hukum yang tidak mengikat, melainkan dijadikan sebagai pedoman dalam menjalankan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Fatwa yang secara tegas mengatur mengenai kehalalan produk dijelaskan dalam Keputusan Fatwa Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tentang Penetapan Produk Halal menyebutkan bahwa:

- a. Makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika dan lain-lain yang dikonsumsi dan dipergunakan oleh umat Islam wajib diperhatikan dan diyakini kehalalan dan kesuciannya
- b. Produk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika, dan lain-lain hasil olah senering diragukan kehalalan dan kesuciannya
- c. Produk-produk olah yang telah dilakukan pemeriksaan, penelitian, pembahasan, dan penilaian berdasarkan rapat Komisi Fatwa bersama LPPOM-MUI, maka Komisi Fatwa dipandang perlu untuk menetapkan kehalalan dan kesuciannya untuk dijadikan pedoman oleh umat.

---

<sup>24</sup>Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif, Regulasi dan Implementasi di Indonesia*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2014, hlm.179

Majelis Ulama Indonesia (MUI) merupakan lembaga yang mempunyai hak untuk menetapkan fatwa. MUI berdiripada tanggal 26 Juli 1975 berdasarkan Musyawarah Nasional I yang dilaksanakan pada 21- 27 Juli 1975, dengan berisikan para ulama dan cendekiawan muslim. MUI mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam penetapan produk halal, dikarenakan MUI merupakan induk dari organisasi keislaman, yang dalam menjalankan tugasnya ditunjang oleh beberapa lembaga seperti Komisi Fatwa dan LPPOM-MUI yang bertanggung jawab dalam mengawasi kehalalan produk makanan, minuman, obat-obatan, dan pangan yang beredar dipasaran. Kewenangan MUI sendiri meliputi:<sup>25</sup>

- a. Menetapkan fatwa yang berkaitan dengan masalah syariah secara umum serta masalah yang menyangkut kebenaran dan kemurnian ajaran agama Islam, untuk umat Islam di Indonesia.
- b. Fatwa yang ditetapkan MUI, berkaitan dengan polemik yang melibatkan umat Islam di Indonesia, secara nasional, dan dianggap dapat meluas ke daerah lain.
- c. Majelis Ulama Indonesia Daerah (MUI Daerah), mempunyai kewenangan untuk melaksanakan ketentuan yang telah ditetapkan berdasarkan fatwa MUI.
- d. MUI Daerah dapat menetapkan fatwa, hanya apabila terdapat faktor-faktor tertentu serta berkonsultasi terlebih dahulu dengan MUI.
- e. MUI Daerah berwenang untuk menetapkan fatwa, apabila sebelumnya tidak terdapat fatwa dari MUI.

---

<sup>25</sup>Abdurrahman Konoras, *Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Depok, 2017, hlm 5

- f. MUI Daerah diwajibkan untuk berkonsultasi dengan MUI, dalam penetapan fatwa terhadap masalah yang bersifat sensitif.

### **3. Sertifikat Halal**

Hak setiap konsumen salah satunya adalah, untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, jelas dalam mengkonsumsi makanan, minuman, obat-obatan, dan memakai kosmetik. Hak tersebut diberikan karena secara ekonomis konsumen berada dalam posisi yang lemah. Konsumen dalam mengkonsumsi produk sangat bergantung pada informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.

Jaminan informasi tersebut salah satunya berkaitan dengan masalah kehalalan yang diwujudkan dengan sertifikasi halal yang dilakukan kepada setiap produk yang beredar di Indonesia. Tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal yang menyebutkan bahwa: “Setiap produk yang beredar di Indonesia wajib bersertifikasi halal”.

Sertifikasi halal merupakan bentuk fatwa tertulis dari MUI untuk menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Sertifikasi halal MUI menjadi syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan suatu produk. Tujuan dari sertifikasi halal sendiri pada produk makanan, obat-obatan, pangan, maupun kosmetik adalah untuk memberikan informasi yang jelas dan benar dalam upaya memberikan jaminan akan produk yang halal bagi konsumen. Persyaratan sertifikasi halal yang diatur oleh LPPOM-MUI terdiri dari ketentuan mengenai sistem jaminan halal, sertifikasi kebijakan dan prosedur dalam pengajuan sertifikasi halal, antara lain:

a. Sistem Jaminan Halal

Sistem Jaminan Halal (SJH) adalah sistem yang menerapkan prinsip-prinsip syariat Islam, meliputi kehalalan, etika dalam usaha, manajemen, yang berkaitan dengan prosedur mengenai pengolahan bahan makanan yang akan diproduksi oleh suatu perusahaan. SJH dibentuk untuk memastikan suatu perusahaan membuat suatu regulasi dan melakukan audit internal pada bahan, proses, dalam suatu aktivitas produksi. Ketentuan dalam SJH yang diatur oleh LPPOM MUI yaitu:

- 1) Ketetapan kebijakan halal dilakukan oleh perusahaan dan mensosialisasikan kebijakan halal tersebut kepada semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), meliputi Auditor Halal Internal, LPPOM-MUI, Komisi Fatwa MUI.
- 2) Perusahaan membentuk manajemen khusus yang bertugas untuk memeriksa kehalalan pada kegiatan produksi, berdasarkan tanggung jawab dan wewenang yang jelas.
- 3) Perusahaan memberikan pelatihan dan edukasi mengenai kehalalan kepada setiap pihak yang terlibat dalam aktivitas kritis, mulai dari supplier, bagian yang memformulasi bahan, hingga bagian distribusi, baik pelatihan internal yang dilakukan minimal setahun sekali maupun pelatihan eksternal yang dilaksanakan minimal dua tahun sekali. Pelaksanaan kegiatan tersebut ditetapkan berdasarkan prosedur tertulis.
- 4) Bahan yang terkandung dalam suatu produk, dalam proses sertifikasi harus terbebas dari bahan-bahan yang dikategorikan tidak halal dan najis.

Perusahaan harus melengkapi dan memperbaharui dokumen-dokumen pendukung seperti spesifikasi dan masaberkasertifikasihalal.

- 5) Karakteristik sensori produk meliputi bau dan rasa tidak boleh memiliki kecenderungan kepada produk tidak halal. Penamaan produk tidak boleh mengarah kepada sesuatu yang telah dinyatakan tidak halal berdasarkan fatwa MUI. Produk eceran dengan merk yang sama harus didaftarkan untuk disertifikasi.
- 6) Kegiatan industri pengolahan, harus dapat terhindar dari kontaminasi silang, antara produk yang didaftarkan untuk sertifikasi halal dengan produk yang terdapat bahan tidak halal.
- 7) Peralatan penyajian dan dapur yang digunakan pada bisnis restoran atau katering, hanya dikhususkan bagi produk yang halal.
- 8) Lokasi Rumah Potong Hewan (RPH) harus terhindar dari unsur-unsur tidak halal seperti peternakan babi. Peralatan yang digunakan pada kegiatan pemotongan hewan (*deboning*), harus memenuhi persyaratan dan hanya digunakan untuk memotong daging hewan yang halal.
- 9) Membuat prosedur aktivitas kritis pada kegiatan seleksi bahan, pembelian bahan, pemeriksaan bahan, penyimpanan dan penanganan produk, formulasi produk, pencucian fasilitas produksi, aturan pengujung, penentuan menu, serta proses penyembelihan dan pemingsanan hewan yang dibuat secara tertulis oleh perusahaan.
- 10) Perusahaan harus dapat menjamin kemampuan telusur (*Traceability*) pada produk, bahwa bahan yang digunakan telah memenuhi kriteria dan telah

disetujui oleh LPPOM-MUI, dan diproduksi dengan fasilitas yang terbebas dari unsur-unsur tidak halal.

- 11) Perusahaan harus melakukan penanganan apabila terdapat produk yang tidak memenuhi kriteria.
- 12) Membuat prosedur tertulis mengenai audit internal. Audit internal dilaksanakan secara terjadwal, dilakukan oleh auditor yang berkompeten dan netral, tidak berpihak kepada pihak yang diaudit, kemudian melaporkan hasil audit kepada LPPOM-MUI secara berkala setiap enam bulan sekali.
- 13) Pelaksanaan SJH harus berjalan secara efektif, untuk memastikannya perusahaan harus melakukan kaji ulang terhadap tim manajemen minimal satu kali dalam setahun.

b. Prosedur Pengajuan Sertifikasi Halal Perusahaan yang mengajukan sertifikasi halal, harus memenuhi kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan oleh LPPOM-MUI. Beberapa tahap yang harus dilalui oleh perusahaan dalam pengajuan sertifikasi halal antara lain:

- 1) Perusahaan melakukan pendaftaran yang dilakukan secara *online* ke *website* LPPOM-MUI, baik untuk pendaftaran baru, pengembangan produk, maupun perpanjangan sertifikasi halal. Pendaftaran tersebut berisi informasi mengenai data sertifikasi halal, status SJH, dan kelompok produk.
- 2) Perusahaan melakukan pembayaran biaya pendaftaran dan akad sertifikasi halal yang dilakukan secara online, melalui email bendahara LPPOM-MUI. Pembayaran akad sertifikasi meliputi biaya honor audit, sertifikasi halal, pelaksanaan SJH, dan publikasi jurnal halal.

- 3) Perusahaan menyerahkan dokumen yang berisi tentang informasi proses bisnis pada industri pengolahan, RPH, restoran, maupun industri jasa, meliputi manual SJH, data pabrik, data produk, diagram alir proses produksi, data dan dokumen bahan yang digunakan, serta matriks produk.
- 4) Setelah dokumen-dokumen yang dipersyaratkan telah dipenuhi, kemudian dilakukan pengecekan mengenai kelengkapan dokumen tersebut. Apabila dokumen yang dicek telah lengkap, maka auditor mulai melakukan audit terhadap dokumen-dokumen meliputi dokumen halal, material produk, dan matriks produk. Hasil dari audit tersebut kemudian dirapatkan melalui rapat auditor.

#### **4. Pengawasan Produk Halal**

Peredaran produk makanan, minuman, obat-obatan, maupun pangan, dengan sertifikasi halal, harus dilakukan secara konsisten, mengingat tuntutan masyarakat di Indonesia terhadap produk yang aman dan nyaman untuk dikonsumsi, salah satunya meliputi kehalalan produk. Produk-produk yang telah beredar di pasaran, wajib untuk selalu menjaga kehalalannya.

Pemerintah perlu memberikan perhatian yang lebih, untuk selalu melakukan pengawasan terhadap produk-produk yang beredar di pasaran. Pengawasan harus dilakukan secara ketat dan berkesinambungan, untuk dapat semakin memperkecil kemungkinan pelanggaran terhadap ketentuan mengenai produk halal.

Menurut Abdurrahman Konoras salah satu bentuk pengawasan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, adalah berupa penerapan sanksi administratif. Berdasarkan ketentuan yang telah

dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal fungsi pengawasan tersebut diamanatkan kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang mempunyai kewenangan antara lain:

- a. Merumuskan dan menetapkan kebijakan Jaminan Produk Halal
- b. Menetapkan norma, standar, prosedur, dan kriteria dalam Jaminan Produk Halal
- c. Menerbitkan maupun mencabut Sertifikasi Halal pada produk luar negeri
- d. Melakukan kegiatan sosialisasi, edukasi, dan publikasi produk Halal
- e. Melakukan akreditasi terhadap Lembaga Pemeriksa Halal
- f. Melakukan registrasi Auditor Halal
- g. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Jaminan Produk Halal
- h. Melakukan pembinaan terhadap Auditor Halal
- i. Melakukan kerja sama dengan lembaga-lembaga yang berkaitan dengan Jaminan Produk Halal, baik di dalam maupun luar negeri.

#### D. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, yang dalam tersebut terdapat beberapa perbedaan baik dalam objek penelitiannya maupun tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti tersebut

**Tabell.1 Penelitian Terdahulu**

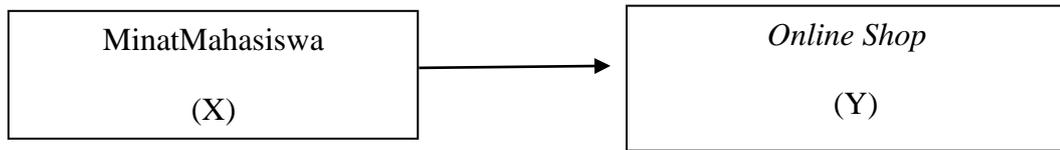
No.	Nama	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Eni Nuraeni (2011)	Pengaruh <i>online shop</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Walisongo Semarang	X=Online Shop Y= Perilaku Konsumen Mahasiswa	Hasil penelitian ini bahwa <i>online shopper</i> berpengaruh signifikan terhadap

				perilaku konsumen mahasiswa
2.	Daniella Putri Islamy (2010)	Pengaruh <i>online shopping</i> pada media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMP Cikal Harapan 1 Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan	X = <i>online shopping</i> Y = Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian ini bahwa <i>online shopping</i> pada media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif
3.	Aulia Irfan Apriyanto (2016)	Pengaruh <i>e-commerce</i> dan proses halal terhadap pendapatan pengusaha muslim di Gerai Ayam Geprek di Kecamatan Sukarame	X = <i>e-commerce</i> X <sub>2</sub> = proses halal Y = pendapatan pengusaha muslim	E-commerce dan proses halal terhadap pendapatan pengusaha muslim
4.	Mudzaki Amam (2019)	Pengaruh label halal dan promosi digital terhadap keputusan pembelian konsumen	X = label halal X <sub>2</sub> = promosi digital Y = keputusan pembelian konsumen	Hasil penelitian ini bahwa label dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen
5.	Nur Dinah Fuziah (2018)	Strategi pengembangan produk halal dalam meningkatkan daya saing industri halal di Indonesia.	X = produk halal Y = daya saing	Produk halal berpengaruh signifikan terhadap daya saing

Sumber: Diolah Peneliti, 2022.

### E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan satu variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya mem bahas satu variabel atau lebih secara mandiri.



Sumber: (dibuat oleh penulis, 2022)

**Gambar II.1 Kerangka Pemikiran**

Ha = Ada pengaruh minat mahasiswa terhadap *Online Shop* dalam perkembangan bisnis Islam.