



**ANALISA KETERTARIKAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS PRODI EKONOMI ISLAM ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS  
JAMBI TERHADAP BELANJA PRODUK HALAL DI E-Commerce Shope  
( Dalam perspektif Islam )**

*Analysis of Interest of Students of The Faculty of Economics and Business Islamic  
Economics Class of 2020 Jambi University in Shopping For Halal Products at E-  
Commerce Shopee (In An Islamic Perspective)*

**Ary Dean Amri<sup>1</sup>, Benny Zulfikar<sup>2</sup>, Alfian Septiardo Ilham<sup>3</sup>, Naufal Alfarizi  
HSB<sup>4</sup>, Azzril Arya Hidayat<sup>5</sup>, Raden Aqsal Safatullah<sup>6</sup>, Mohan Tridipa  
Syamta<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Negeri Jambi

**Email: arydeanamry@unja.ac.id**

**Email: benny2019hp@gmail.com**

**Email: alfianseptiardo@gmail.com**

**Email: naufalalfarizie0@gmail.com**

**Email: aryakomeng831@gmail.com**

**Email: radenaqsal13@gmail.com**

**Email: mohanjelahye@gmail.com**

**Abstract**

*This study aims to determine the interest of students of the Faculty of Economics and Business, Islamic Economics Study Program, Jambi University, University of Jambi, and have consumed or shopped for Halal products at e-commerce shopee. with 42 respondents as a sample from a total population of 115 Islamic economics students class of 2020 at the University of Jambi. The method used in this study was a qualitative descriptive method and data collection from this study was obtained from questionnaires. The data analysis technique in this study was to analyze the results of the questionnaires which were developed and described based on existing facts. So the results of the interest analysis study of students at the Faculty of Economics and Business, Islamic Economics Study Program, Jambi University, are positive because students are interested in shopping for Halal products at e-commerce shopee, with an average interest in online shopping according to Halal products in e-commerce shops, which are more dominant for women or Islamic economics student class of 2020 Jambi University compared to men or Islamic economics study program students class of 2020 Jambi University. This research is useful for all people in order to consume halal products at e-commerce shopee so that they are better than halal products.*

**Keywords:** Interest, shopping for halal products, e-commerce shopee

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ketertarikan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis prodi ekonomi islam angkatan 2020 Universitas Jambi dan sudah mengkonsumsi atau belanja produk halal di e-commerce shopee. populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis prodi ekonomi islam angkatan 2020 unviersitas jambi dengan 42 responden sebagai sample dari total jumlah populasi 115 orang mahasiswa ekonomi islam angkatan 2020 Universitas Jambi . Metode yang dilakukan dari penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan Pengumpulan data



dari penelitian ini didapatkan dari kuesioner, teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menganalisa dari hasil kuesioner yang dikembangkan dan dideskripsikan berdasarkan fakta yang ada. maka hasil dari penelitian analisa ketertarikan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis prodi ekonomi islam Universitas Jambi adalah positif karena mahasiswa dan mahasiswi tertarik dengan belanja produk halal di e-commerce shopee dengan rata-rata ketertarikan belanja online sesuai dengan produk halal yang ada di e-commerce shopee lebih dominan kepada perempuan atau mahasiswi ekonomi islam angkatan 2020 Universitas Jambi dibandingkan laki-laki atau mahasiswa prodi ekonomi islam angkatan 2020 Universitas Jambi. Penelitian ini bermanfaat untuk semua kalangan demi mengonsumsi produk halal di e-commerce shopee agar lebih baik dibandingkan produk yang halal.

**Kata Kunci:** *Ketertarikan, belanja produk halal, e-commerce shopee*

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, tidak hanya perkembangan teknologi yang semakin canggih, tetapi gaya hidup masyarakat modern juga modern dan nyaman. Mereka dapat berkomunikasi satu sama lain menggunakan teknologi informasi dan komunikasi modern. Perkembangan internet di Indonesia terus berkembang sejak tahun 2006. Penggunaan media internet dari waktu ke waktu semakin berkembang dan menjadi bagian penting dari perekonomian dan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Jumlah pengguna juga semakin meningkat, dan tidak hanya remaja seperti pelajar dan mahasiswa SD, tetapi juga anak-anak, dewasa, dan orang tua yang aktif menggunakan internet. Hal ini membuat semua informasi, positif dan negatif, mudah diakses oleh seluruh masyarakat. Dan disadari atau tidak, gaya hidup dan pola pikir masyarakat perlahan mulai berubah. (Fitria, 2015).

Belanja online saat ini menjadi pilihan banyak orang. Toko online atau belanja online melalui Internet adalah proses membeli barang atau jasa dari seseorang yang menjualnya melalui Internet. Anda hanya perlu terhubung ke internet dan Anda dapat membeli dan menjual secara online. Apalagi dengan kemajuan teknologi seperti gadget dan smartphone saat ini, kita bisa mengakses internet kapan saja dan dimana saja. (Fitria, 2015).

Orang-orang lebih memilih belanja online dibandingkan dengan belanja tradisional, belanja online menawarkan lebih banyak kemudahan dan kesenangan kepada konsumen, serta menyediakan barang dan jasa kepada konsumen dengan harga yang lebih rendah, tetapi kualitas produk tidak terjamin, yang mempengaruhi niat beli konsumen. dan menimbulkan berbagai risiko bagi konsumen. Toko online memiliki beberapa keunggulan seperti akses yang mudah dan biaya yang murah. Konsumen seharusnya hanya dapat melihat contoh nyata produk di Internet tanpa harus pergi ke toko, seperti yang mereka lakukan di tempat umum jual beli. (Tilaar et al., 2018).

Meningkatkan keinginan untuk membeli secara online merupakan prediktor penting dari perilaku pembelian yang sebenarnya. Ini menunjukkan hasil review konsumen terkait pencarian informasi, kualitas produk, dan evaluasi produk, yang meningkatkan niat beli dan memfasilitasi keputusan pembelian produk. (Solihin, 2020).

Meskipun produknya bagus tidak ada produk yang terjual tanpa promosi yang efektif. Promosi memungkinkan pelanggan mengetahui seberapa berguna produk tersebut. Promosi mengubah sikap pelanggan dan mendorong mereka

untuk berdagang atau membeli produk kita. (Solihin, 2020).

Menerapkan Internet ke proses bisnis perusahaan kita dapat membantu kita menjangkau khalayak yang lebih luas dan meningkatkan keuntungan perusahaan kita. Oleh karena itu, salah satu proses bisnisnya adalah pemasaran dengan menggunakan media online. Untuk dapat memperkirakan besarnya pengaruh kepercayaan dan kenyamanan dalam penggunaan media online disebut E-Commerce karena perkembangan E-Commerce sekarang ini sudah merambah keseluruhan daerah. (NILA, 2022)

E-commerce sebagai bentuk kegiatan transaksi perdagangan melalui fasilitas internet. Dengan memanfaatkan e-commerce, Pedagang dapat mendaftarkan produk secara online untuk berbelanja, bertransaksi, dan mengirim secara efektif dan efisien. Menggunakan website e-commerce sebagai salah satu media penjualan, memperluas area pemasaran produk, memudahkan pembeli untuk memilih dan memesan produk ini, serta meningkatkan pendapatan penjualan toko. (Nicky, 2017).

Shopee saat ini menjadi e-commerce berbasis aplikasi mobile yang paling berkembang di Indonesia. Shopee didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009 dan diluncurkan pertama kali di Singapura pada tahun 2015. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng. Chris Feng adalah mantan aktivis Internet Rocket yang bertanggung jawab atas Zalora dan Lazada. Sejak 2015, shopee memperluas jaringannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Pada tahun 2018, Shopee menyelesaikan 1,5 juta transaksi dalam 24 jam. Ini merupakan rekor baru bagi pasar e-commerce Indonesia. Pembelian publik diharapkan meningkat secara umum karena kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi Shopee. (Nasution et al., 2020).

Perdagangan/bisnis merupakan salah satu kegiatan yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan, Nabi Muhammad sendiri mengatakan dalam salah satu hadits bahwa 9 dari 10 sumber pintu rezeki adalah melalui perdagangan. Artinya, melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar daripadanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan. (Salim, 2017).

Dalam jual beli ada ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan di dalam Al-qur'an dan Hadits sebagai pedoman jual beli, berikut dalil dan hadits yang menjelaskan tentang jual beli:

#### A. Al-Baqarah 2: Ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ  
جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ ۗ وَأَمْرٌ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ  
أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa

mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah 2: Ayat 275)

## B. HR Muttafaq Alaihi

صلى الله عليه وسلم يَقُولُ عَامَ الْفَتْحِ، وَهُوَ بِمَكَّةَ: ( إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ  
الْحَمْرِ، وَالْمَيْتَةِ، وَالْخَنزِيرِ، وَالْأَصْنَامِ فَقِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ ! أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ،  
فَأِنَّهُ تُطْلَى بِهَا السُّفُنُ، وَتُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ، وَيَسْتَنْصَبُ بِهَا النَّاسُ؟ فَقَالَ: لَا هُوَ حَرَامٌ  
، ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ: قَاتِلِ اللَّهُ الْيَهُودَ، إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ  
عَلَيْهِمْ شُحُومَهَا جَمَلُوهَا، ثُمَّ بَاعُوهَا، فَأَكَلُوا ثَمَنَهُ ( مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ

Dari Jabir Ibnu Abdullah RA bahwa ia mendengar Rasulullah SAW bersabda di Makkah pada tahun penaklukan kota itu: “Sesungguhnya Allah melarang jual-beli minuman keras, bangkai, babi dan berhala,” Ada orang bertanya: Wahai Rasulullah, bagaimana pendapat baginda tentang lemak bangkai karena ia digunakan untuk mengecat perahu, meminyaki kulit dan orang-orang menggunakannya untuk menyalakan lampu?” Beliau bersabda: “Tidak, ia haram,” Kemudian setelah itu Rasulullah SAW bersabda: “Allah melaknat orang-orang Yahudi, karena ketika Allah mengharamkan atas mereka (jual-beli) lemak bangkai mereka memprosesnya dan menjualnya, lalu mereka memakan hasilnya,” (HR Muttafaq Alaihi).

Produk halal dengan kualitas pencarian sangat bagus adalah produk halal dari pakaian remaja wanita yaitu gamis remaja yang merupakan best seller produk. Dimana kepercayaan perempuan terhadap penjual dishope terhadap produk halal gamis remaja lebih banyak dibandingkan produk halal laki laki dikategori baju muslim yang lebih sedikit volume pencarian dari produk tersebut.

Kualitas produk dari gamis remaja menunjukkan bahwa gamis remaja sangat bagus karna banyak sekali volume pencarian dikata kunci dan menjadi best seller di pencarian kata kunci yang ada di seller shope centre. Jika dibandingkan antara laki laki dengan wanita maka kegiatan belanja online lebih sering dilakukan wanita dari riset kata kunci dipencarian shope seller centre.

Selain produk halal ada juga produk yang tidak halal atau haram yang akan dilihat volume pencarian produk apa yang terlaris dan yang banyak disukai walaupun produk tersebut tidak halal. Oleh karena itu, Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik meneliti “Analisis Ketertarikan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2020 Universitas Jambi Terhadap Produk Halal Di E-Commerce Shopee (Dalam Perspektif Islam)”

## METODE

Penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk memahami suatu kejadian yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan dengan mendeskripsikan kata kata serta bahasa menggunakan konteks tertentu serta memanfaatkan bagian metode ilmiah yang ada. (Tilaar et al., 2018)

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan

penelitian kualitatif deskriptif, penelitian berfokus pada makna dan pemahaman secara mendalam mengenai objek yang diteliti dengan cara mengidentifikasi karakter objek yang diteliti. Penelitian kualitatif deskriptif memperoleh hasil penelitian dengan mengumpulkan data berbentuk kata-kata atau gambar, dengan kata lain tidak menekankan pada angka. Hasil pengumpulan data dianalisis oleh peneliti kemudian dideskripsikan dengan tujuan mudah dipahami oleh orang lain. (Saadah, 2018). Sampel ini diketahui dan diambil dari 42 mahasiswa ekonomi islam Universitas Jambi secara acak. Kuesioner ini kemudian dapat di sebar dan di isi oleh mahasiswa ekonomi islam Universitas Jambi dan dikembangkan lebih lanjut untuk hasil penelitian .

Data yang telah terkumpul dan ditampilkan menggunakan tabel distribusi frekuensi relatif sehingga data frekuensi dinyatakan dalam bentuk presentase, dimana frekuensi relatif kelas interval ke-*i* adalah: (jumlah bagian) / (jumlah total) × 100%. Maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Fi = \frac{fi}{\sum fi} \times 100$$

Metode ini juga bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta-fakta atau ciri-ciri dari suatu situasi. Dalam hal ini, data yang terkumpul dikategorikan, ditafsirkan dan dirumuskan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang masalah yang diteliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Identitas responden ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar ketertarikan mahasiswa terhadap belanja produk halal di E-Commerce Shopee. Mahasiswa ekonomi islam dengan jenis kelamin pria berjumlah 17 atau 40,5% dan perempuan berjumlah 25 atau 59,5%. dimana mahasiswa ekonomi islam di universitas jambi didominasi oleh perempuan dengan persentase sebesar 59,5%.

Muhibbin Syah Menjelaskan Bahwa ketertarikan Adalah Kecenderungan Hati Yang Tinggi Terhadap Sesuatu, Gairah, Keinginan. Selain Itu, Minat Juga Berarti Kecenderungan Dan Kegairahan Yang Tinggi Atau Keinginan Yang Besar Terhadap Sesuatu. Menurut Slameto, Minat Adalah Suatu Rasa Lebih Suka Dan Rasa Keterikatan Pada Suatu Hal Atau Aktivitas, Tanpa Ada Yang Menyuruh. Oleh Sebab Itu, Ada Juga Yang Mengartikan Minat Adalah Perasaan Senang Atau Tidak Senang Terhadap Suatu Objek. (Pamuji Nugroho, 2022). Terdapat 35 mahasiswa atau 83,% yang mengetahui apa itu e-commerce shopee, dan 7 mahasiswa atau 16,7% yang tidak mengetahui apa itu e-commerce shopee . dapat kita lihat bahwa mayoritas mahasiswa ekonomi islam universitas jambi mengetahui apa itu e commerce shopee dengan persentase 83,3%.

Yang memiliki skor tanggapan tertinggi terkait ketertarikan mahasiswa ekonomi islam Universitas Jambi terhadap e-commerce shopee, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 28 responden yang menjawab setuju jika mereka tertarik kepada e-commerce shopee dengan presentase 66,7% , untuk kategori sangat setuju hanya terdapat 8 responden dengan persentase sebesar 19%, diikuti dengan kategori kurang setuju dengan jumlah 4 responden yang memiliki persentase sebesar 9,5% serta masing masing 1 responden untuk kategori tidak setuju dan kategori sangat tidak setuju dengan persentase 2,4% untuk masing-masing tanggapan. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa siswa saat ini berada pada zaman teknologi terus berkembang yang mana hal membuat mereka semua bisa mengakses banyak hal

dengan mudah, termasuk berbelanja, mereka bisa belanja hanya melalui gadget mereka tanpa perlu pergi ke pasar langsung. Dengan demikian nilai rata-rata yang didapat dari jawaban keseluruhan responden mengenai ketertarikan mahasiswa ekonomi islam Universitas Jambi terhadap e-commerce shopee adalah 80%.

Yang memiliki skor tanggapan tertinggi terkait perhatian mahasiswa ekonomi islam Universitas dalam memperhatikan apakah barang yang mereka beli ini melanggar syariat islam atau tidak, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 23 responden yang menjawab setuju jika mereka memperhatikan barang yang mereka beli sesuai syariat islam dengan presentase 54,8% , untuk kategori sangat setuju terdapat 15 responden dengan persentase sebesar 35,7%, diikuti dengan kategori kurang setuju dengan jumlah 3 responden dengan jumlah persentase 7,1%, serta 1 responden sangat tidak setuju dengan persentase 2,4% dan 0 responden untuk tidak setuju. Sebagian besar mahasiswa Universitas Jambi memperhatikan barang yang mereka beli di e-commerce Shopee, apakah sesuai syariat islam atau malah bertentangan, data ini menunjukkan adanya kepedulian dan ketelitian yang bijak dari seorang mahasiswa ekonomi islam sebelum belanja, dengan demikian rata rata persentase responden yang memperhatikan barang sebelum dibeli dalam hal ini adalah sebesar 84%.

Yang memiliki skor tanggapan tertinggi terkait kepedulian mahasiswa ekonomi islam Universitas dalam memberi tahu kepada teman mengenai produk apa saja yang dilarang digunakan atau dikonsumsi dalam syariat islam, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 25 responden yang menjawab setuju jika mereka memberi tahu kepada teman mengenai produk apa saja yang dilarang digunakan atau dikonsumsi dalam syariat islam dengan presentase 59,5% , untuk kategori sangat setuju terdapat 11 responden dengan persentase sebesar 26,2%, diikuti dengan kategori kurang setuju dengan jumlah 4 responden dengan persentase 9,5%, serta masing-masing 1 responden untuk tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 2,4%. Hal tersebut menjadi hal yang mendukung disebabkan lingkungan mahasiswa ekonomi islam yang 100% beragama Islam, mereka saling berbagi ilmu dan memberikan edukasi yang dapat membantu orang yang mungkin belum teredukasi dalam hal tersebut, sehingga dengan begitu rata rata responden untuk saling membantu dalam hal edukasi mencapai 81%.

Yang memiliki skor tanggapan tertinggi terkait kepedulian mahasiswa ekonomi islam Universitas dalam menentukan produk yang baik dan halal digunakan sebelum berbelanja di e-commerce shopee, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 27 responden yang menjawab setuju jika mereka menentukan produk yang baik dan halal digunakan sebelum berbelanja di e-commerce shopee dengan presentase 64,3% , untuk kategori sangat setuju terdapat 15 responden dengan persentase sebesar 35,7%, diikuti dengan kategori kurang setuju dengan jumlah 0 responden, serta masing-masing 0 responden untuk tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%. Keberadaan produk yang halal dan baik tentu sangat diperlukan oleh konsumen muslim, yang mana disini mahasiswa ekonomi islam Universitas Jambi memiliki rata rata persentase responden mencapai angka 87% dalam menentukan barang yang halal dan baik sebelum mereka membeli suatu produk di e-commerce shopee.

Yang memiliki skor tanggapan tertinggi terkait adanya e-commerce shopee memudahkan anda untuk berbelanja dalam keadaan apapun, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 23 responden yang menjawab setuju jika e-commerce shopee

memudahkan anda untuk berbelanja dalam keadaan apapun, dengan presentase 54,8% , untuk kategori sangat setuju terdapat 18 responden dengan persentase sebesar 42,9, diikuti dengan kategori kurang setuju dengan jumlah 1 responden dengan persentase sebesar 2,4%, serta tidak ada responden yang memilih tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Keberadaan e-commerce shopee saat ini sangat membantu mahasiswa dalam belanja kebutuhan ataupun barang yang mereka inginkan, karena terkadang mahasiswa tidak punya waktu untuk belanja kepasar, sehingga e-commerce shopee saat ini adalah salahsatu alternatif terbaik mereka untuk belanja ditengah kesibukan mereka berkuliah dan mengerjakan tugas, terbukti dengan rata rata nilai responden yang mencapai angka 88%.

Yang memiliki skor tanggapan tertinggi terkait pertanyaan apakah responden pernah berbelanja di e-commerce shopee, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 19 responden yang menjawab setuju jika mereka pernah belanja dan bertransaksi online di e-commerce shopee dengan persentase 45,2% , untuk kategori sangat setuju terdapat 11 responden dengan persentase persentase 26,2%, diikuti dengan kategori kurang setuju dengan jumlah 7 responden dengan persentase 16,7%, lalu 4 responden memilih tidak setuju dengan persentase 9,5% dan 1 responden memilih sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 2,4%.

E-commerce shopee merupakan salahsatu media untuk belanja online yang ada saat ini, keberadaannyapun sangat dibutuhkan ditengah kesibukan mahasiswa yang tidak memiliki waktu luang untuk belanja online, sehingga mereka lebih memilih belanja di e-commerce shopee, bisa dilihat total angka persenan responden terkait pertanyaan apakah mereka pernah belanja di e-commerce shopee mencapai 77%.

Yang memiliki skor tanggapan tertinggi terkait banyaknya pilihan produk halal di e-commerce shopee membuat belanja lebih mudah, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 23 responden yang menjawab setuju terkait banyaknya pilihan produk halal di e-commerce shopee membuat belanja lebih mudah dengan persentase 54,8% , untuk kategori sangat setuju terdapat 16 responden dengan persentase sebesar 38,1%, diikuti dengan kategori kurang setuju dengan jumlah 2 responden dengan persentase 4,8%, lalu 1 responden memilih sangat tidak setuju dengan persentase 2,4% dan 0 responden yang memilih tidak setuju. Banyaknya pilihan produk halal di e-commerce shopee membuat belanja lebih mudah, berpengaruh pada selektifitas responden dalam membeli barang, namun ada juga sebagian kecil responden yang tidak menyetujui itu. Hal ini dikarenakan adanya pandangan yang berbeda dari responden ataupun tingkat pemahaman yang berbeda. Dengan demikian diperoleh rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 85% terkait pernyataan bahwa banyaknya produk halal mempermudah dalam belanja di e-commerce shopee.

Yang memiliki skor tanggapan tertinggi terkait pernyataan berbelanja di e-commerce shopee menjadi pilihan pertama dizaman sekarang, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 20 responden dengan persentase 54,8% untuk kategori sangat setuju terdapat, 14 responden dengan persentase 33,3% , diikuti dengan kategori kurang setuju dengan jumlah 7 responden dengan persentase 16,7% , 0 responden memilih sangat tidak setuju dengan persentase 0% dan 1 responden yang memilih tidak setuju dengan persentase 0%. Pernyataan berbelanja di e-commerce shopee menjadi pilihan pertama di zaman sekarang, berpengaruh pada kemudahan

responden dalam belanja, namun ada juga sebagian kecil responden yang tidak menyetujui itu. Hal ini dikarenakan adanya pandangan yang berbeda dari responden ataupun tingkat pemahaman yang berbeda. Dengan demikian diperoleh rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 82% terkait pernyataan bahwa pernyataan berbelanja di e-commerce shopee menjadi pilihan pertama dizaman sekarang.

Skor pernyataan terkait jawaban responden mengenai apakah mereka lebih tertarik belanja die-commerce shopee dibandingkan belanja dipasar, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 16 responden dengan persentase 38,1% untuk kategori setuju, untuk kategori sangat setuju terdapat 8 responden dengan persentase 19%, lalu kategori kurang setuju dengan jumlah 16 responden dengan persentase 38,1% , 1 responden memilih sangat tidak setuju dengan persentase 2,4% dan 1 responden yang memilih tidak setuju dengan persentase 2,4%. Pernyataan terhadap responden mengenai apakah responden lebih tertarik belanja die-commerce shopee dibandingkan belanja dipasar, berpengaruh pada ketertarikan responden dalam belanja online, namun ada juga sebagian responden yang tidak menyetujui itu. Hal ini dikarenakan sebagian dari mereka merasa kurang puas atau kurang nyaman dalam belanja di e-commerce shopee, Dengan demikian diperoleh rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 74% terkait pernyataan bahwa pernyataan terhadap responden mengenai apakah responden lebih tertarik belanja die-commerce shopee dibandingkan belanja dipasar offline.

Skor pernyataan terkait jawaban responden mengenai belanja di e-commerce shopee lebih murah dari pada belanja di e-commerce lain, hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 22 responden dengan persentase 52,4% untuk kategori setuju, untuk kategori sangat setuju terdapat 10 responden dengan persentase 23,8% , lalu kategori kurang setuju dengan jumlah 7 responden dengan persentase 16,7%, 1 responden memilih sangat tidak setuju dengan persentase 2,4% dan 2 responden yang memilih tidak setuju dengan persentase 4,8%. Pernyataan terhadap responden mengenai mengenai belanja di e-commerce shopee lebih murah dari pada belanja di e-commerce lain,, berpengaruh pada ketertarikan responden dalam belanja di e-commerce shopee, namun ada juga sebagian responden yang tidak menyetujui itu. Hal ini bisa jadi dikarenakan mereka merasa membeli barang di e-commerce lain bisa mendapatkan harga yang lebih murah. Dengan demikian diperoleh rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 74% terkait pernyataan bahwa pernyataan terhadap responden mengenai apakah responden lebih tertarik belanja die-commerce shopee dibandingkan belanja dipasar offline.

Rata rata keseluruhan hasil jawaban yang mana pada ketertarikan mahasiswa ekonomi islam angkatan 2020 Universitas Jambi terhadap e-commerce shopee berada dalam kriteria penilaian kategori sangat setuju dengan nilai sebesar 1.714, berada pada rata rata persentase antara 80% - 100%. Hal ini membuktikan bahwa ketertarikan mahasiswa ekonomi islam universitas jambi terhadap e-commerce shopee dari keseluruhan jawaban responden yang telah dihitung adalah sebesar 82%.

## **KESIMPULAN**

Berbelanja melalui e-commerce shopee memiliki dampak positif terhadap mahasiswa ekonomi islam Universitas Jambi, yaitu dengan mempermudah akses



mereka untuk berbelanja ditengah kesibukan mereka berkuliah tanpa harus datang langsung kepasar, sehingga dapat mengefisekan waktu untu berkuliah, namun juga tetap memperhatikan kaidah yang ada dalam agama islam untuk melakukan jual beli.

Namun disisi lain, berdasarkan penelitian peneliti ditemukan tanggapan dari responden bahwa mahasiswa ekonomi islam Universitas Jambi bukan hanya sekedar belanja, namun mereka tetap memperhatikan barang atau produk yang mereka beli apakah melanggar syariat atau tidak, karena mereka tidak hanya membeli untuk kepuasan semata.

Rekapitulasi mengenai ketertarikan mahasiswa ekonomi Islam Universitas Jambi terhadap e-commerce shopee (dalam prespektif Islam) diketahui bahwa skor tertinggi 185 bahwa adanya e-commerce shopee mempermudah mahasiswa ekonomi islam Universitas Jambi untuk belanja. E-commerce shopee sendiri adalah suatu platform yang menyediakan layanan untuk belanja online yang memiliki banyak produk didalamnya. Setiap tahunnya shopee akan mengembangkan inovasi mereka dalam mengembangkan produknya. Selanjutnya skor kedua dengan nilai 183 tentang e-commerce shopee yang memudahkan mahasiswa belanja dalam keadaan apapun, dan skor ketiga yaitu 179 yaitu mengenai banyaknya pilihan produk halal di e-commerce shopee yang mempermudah konsumen untuk belanja diplatform mereka.

Walaupun ditengah era mudahnya untuk mengakses apapun dan dimanapun, tidak mengurangi kepedulian mereka untuk tetap memperhatikan baik atau tidaknya produk tersebut maupun kehalalannya, karena mereka tidak mau salah dalam melakukan transaksi dan memperhatikan firman Allah yang dijelaskan dalam surah Al Baqarah ayat 168 yang artinya: "Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu".

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, S. (2013). Potensi dan Kekuatan Modal Sosial dalam Suatu Komunitas. *SOCIUS : Jurnal Sosiologi*, XII, 15–20.
- Ayunda, R., & Kusuma, V. Z. A. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Produk Kosmetik Yang Memiliki Kandungan Non-Halal Di Indonesia. *Maleo Law Journal*, 5(I), 123–138. <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/MLJ/article/view/1466>
- Biasa, K. M., Tumbel, A. L., Walangitan, M. D., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2021). Pemanfaatan Sistem Pemasaran Online Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemic Covid-19 (Study Kasus Online Shop Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 948–956.
- Bulan, T., & Fazrin, K. (2017). Indikator Label Halal. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739.
- Fahmi, F. (2018). *Kesesuaian Akad Jual Beli Dropship dengan Fatwa MUI*.
- Fildzah, N. A., & Sari, D. (2017). Sweater Online Shop Alco Di Media Sosial Instagram. *Bisnis & Entrepreneurship*, 11(2), 99–112. [www.globalwebindex.net](http://www.globalwebindex.net)
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *EJournal Ilmu*



*Komunikasi*, 3(1), 117–128.

- Hanggono, A. (2015). Analisis Atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya*, 26(1), 1–9.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 21(1)*. [www.antaranews.com](http://www.antaranews.com)
- Lase, A. Y. P. (2020). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 1(6), 193-199.
- Lestari, I. P. (2013). Interaksi Sosial Komunitas Samin Dengan Masyarakat Sekitar. *KOMUNITAS: International Journal of Indonesian Society and Culture*, 5(1), 74–86. <https://doi.org/10.15294/komunitas.v5i1.2376>
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen penelitian dan urgensinya dalam penelitian kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59-75.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nicky. (2017). *Perancangan Sistem Informasi Penjualan E-Commerce Berbasis WEB Pada Toko MM Skripsi Oleh: Nicky 161300112 Program Studi Sistem Informasi Sekola Tinggi Manajemen Infortamika Dan Komputer Gici Batam 2017*.
- NILA, S. (2022). *Efektivitas Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Keberlangsungan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mommys Bakery .... 19, 60*.
- Pamuji Nugroho, T. S. (2022). Analisis Komponen Biaya Terhadap Pendapatan Bisnis Online Shop (Studi Kasus Pada Bisnis Online Shop Kota Surakarta). *JAMER : Jurnal Akuntansi Merdeka*, 2(2), 49–55. <https://doi.org/10.33319/jamer.v2i2.60>
- Saadah, N. (2018). Perencanaan Keuangan Islam Sederhana dalam Bisnis E-Commerce pada Pengguna Online Shop. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 105–128. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2593>
- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis Online Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(1), 12–23. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1827>
- Salim, M. (2017). Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam. *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 371–386. <https://doi.org/10.24252/ad.v6i2.4890>
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan*



- Manajemen*, 6(2), 107–116. <https://doi.org/10.26905/jbm.v6i2.3674>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Tilaar, F., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2018). Pengaruh kepercayaan, dan motivasi terhadap minat beli pengguna shoppe secara online pada anggota pemuda gmim zaitun mahakeret. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2028–2037.
- Wahidmurni, W. (2017). Pemaparan metode penelitian kualitatif.
- Yuniar, M. D. (2020). Aplikasi Instagram Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online : Sebuah Studi Pada Akun Warung Mamak. *INTELEKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora Aplikasi*, 02(03), 1–9.

