

UTM HALAL MARKET

MOHD FITRI REZALI¹, AZIZAH ABD RAHMAN*²

Jabatan Sistem Komputer, Fakulti Komputeran, Universiti Teknologi Malaysia,
 81310 Johor Bharu, Johor, Malaysia

¹ mfitrirezali@gmail.com, ² azizahar@utm.my

Abstrak

Kita selaku umat Islam yang tinggal di sebuah negara Islam yang rasmi dan mempunyai pemikiran yang maju selaras dengan konsep Islam Hadhari seharusnya tidak boleh mengabaikan konsep halal dan haram dalam pemakanan harian. Meskipun kita mungkin melihat ianya agak remeh untuk difikirkan mengenai isu ini, namun apa yang membimbangkan ialah kesan serta natijahnya kepada diri dan kerukunan bangsa kita pada masa akan datang akibat pengambilan makanan haram. Oleh itu, pemakanan halal amat penting kerana ia mampu menjana pembinaan akhlak Muslim yang hakiki dan sempurna dari semua segi keperibadian seorang manusia. Dan sebagai umat Islam kita harus yakin bahawa apa yang kita makan akan menjadi darah daging kita kelak. Untuk membantu umat Islam dalam mencari penyelesaian dalam memilih produk makanan yang halal lagi bersih, satu laman e-dagang telah direncana. Ia bertujuan membantu pengguna memilih produk halal dan bersih sekali gus dapat meningkatkan keyakinan pengguna terhadap produk makanan halal dan bersih.

Kata Kunci: e-Dagang, Halal dan Bersih, Makanan

1.0 Pengenalan

Dari tahun ke tahun, potensi pasaran produk halal semakin meningkat. Bagi pasaran di Malaysia sahaja, dianggarkan pasaran produk makanan halal mencecah RM 45 bilion setahun dan bagi pasaran dunia mencecah angka RM 2 trilion setahun. Dengan peluang yang ada melalui pemasaran produk makanan halal yang ada di Malaysia, timbul beberapa isu yang memberi kesan kepada pasaran ini. Antara isu yang timbul ialah kesukaran untuk mendapatkan produk makanan halal atas talian yang dijual secara *one-stop-center* atau dengan kata lain menghimpunkan pelbagai produk daripada pelbagai jenama pada satu tempat. Selain daripada itu, terdapat pengusaha yang mengambil kesempatan menjual produk makanan halal dengan logo halal yang tidak sah. Tindakan mereka menyebabkan tahap kepercayaan pengguna kepada produk halal semakin merundum. Sebagai contoh isu coklat Cadbury yang mengandungi Asid Deoksiribonukleik (DNA) khinzir. Di samping itu, pengguna juga tidak dapat mengenal pasti logo halal yang sah mengikut negara pengeluar. Di Malaysia, pihak Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) telah di pertanggungjawabkan bagi menguruskan pengeluaran sijil pengesahan dan logo halal bagi produk makanan halal. Namun

terdapat variasi logo halal yang tidak sah ada pada produk-produk makanan di pasaran Negara kita. Secara asasnya, e-dagang (perdagangan elektronik) adalah transaksi atas talian yang mewakili perniagaan, di mana ia mempunyai kaitan antara sistem komputer daripada penjual, pembeli dan hos atau dalam erti kata lain ia juga boleh merujuk sebagai membeli dan menjual barangan dan perkhidmatan melalui Internet. E-dagang adalah penggunaan komunikasi elektronik dan teknologi pemprosesan maklumat digital dalam urus niaga perniagaan untuk membuat, mengubah, dan mentakrifkan semula hubungan untuk penciptaan nilai di antara atau di kalangan pertubuhan-pertubuhan, dan antara pertubuhan-pertubuhan dan individu (Lallana, Quimbo & RuthAndam, 2002)

Dan matlamat projek ini untuk menyediakan matlumat yang berkaitan untuk membantu pengguna dalam membuat keputusan sebelum membeli produk makanan halal dan bersih. Selain itu, ia dapat membantu pemilik Industri Kecil dan Sederhana (IKS) mengembangkan produk mereka ke kawasan yang lebih luas dan fleksibel.

Antara penyelesaian yang dicadangkan untuk menyiapkan projek ini adalah (i) menyediakan satu laman sesawang yang mempunyai maklumat mengenai status halal sesuatu produk yang mampu meyakinkan pengguna, dan, (ii) laman e-dagang yang memudahkan pengguna membeli produk makanan halal secara *one-stop-center*. Daripada itu, objektif bagi projek ini ialah (i) mengenalpasti medium jualan atas talian yang sedia ada yang sesuai dengan konteks pelajar dan komuniti UTM, (ii) mengenal pasti maklumat status halal sesuatu produk yang diperlukan bagi meyakinkan pengguna mengenai kebersihan produk yang dijual, (iii) mengenal pasti bagaimana jualan atas talian dilakukan mengikut hukum syara', dan, (iv) membangunkan laman e-dagang berdasarkan model perniagaan yang sesuai dengan konteks komuniti UTM.

2.0 Keperluan dan Reka Bentuk Sistem

Laman e-dagang UTM Halal Market ini dibangunkan dengan kaedah prototaip. Bagi mendapatkan maklumat-maklumat yang diperlukan beberapa kaedah telah digunakan, kaedah yang pertama ialah melalui borang kaji selidik yang telah diedarkan kepada responden. Borang kaji selidik ini telah mula diedarkan pada 31 Mac 2016 yang lalu bertempat di *Putra World Trade Centre (PWTC)* Kuala Lumpur sempena *Malaysia International Halal Showcase* atau MIHAS. Responden terdiri daripada pemilik dan pengusaha IKS. Seterusnya, borang kaji selidik diedarkan di sekitar komuniti UTM sendiri. Antara maklumat yang ingin dikumpulkan melalui borang kaji selidik tersebut adalah kefahaman pengguna mengenai konsep halal dan bersih, mengetahui sejauh mana kepentingan pengambilan produk halal dalam kehidupan harian mereka dan yang paling utama adalah mendapat jawapan bagi apakah maklumat yang diperlukan bagi meningkatkan keyakinan pengguna terhadap produk makanan halal dipilih.

Berdasarkan borang kaji selidik yang telah diedarkan, beberapa maklumat dapat dihimpunkan dan sekali gus membantu dalam mendapatkan maklumat produk bagi meyakinkan pengguna terhadap produk halal dan bersih yang ada.

Berdasarkan Jadual 1, apa yang dapat dirumuskan adalah jumlah responden antara lelaki dan perempuan adalah hampir sama, begitu juga dengan status perkahwinan yang menunjukkan angka mereka yang sudah berkahwin dengan belum berkahwin hampir sama. Selain dari itu, kebanyakan responden mempunyai tahap pendidikan yang tinggi. Dan kesemua responden adalah beragama Islam.

Jadual 1: Maklumat Peribadi Responden

Maklumat	Peratusan (%)
Jantina	
Lelaki	46
Perempuan	54
Status Perkahwinan	
Bujang	46
Berkahwin	54
Tahap Pendidikan	
SPM	14
Diploma	14
Sarjana Muda	19
Siswazah Keatas	53
Julat Umur	
18 Tahun Kebawah	8
20-30	42
30-40	25
40 Keatas	25
Agama Dianuti	
Islam	100

Berdasarkan Jadual 2, didapati kesemua daripada responden sangat memahami akan maksud dan konsep kepada halal dan juga toyyib atau toyyiban. Dan hanya minoriti daripada responden kurang faham akan konsep halalan toyyiban. Ini menunjukkan mereka sangat peka dan faham akan perkara berkaitan halal dan bersih.

Jadual 2: Konsep Halalan Toyyiban

Maklumat	Peratusan (%)
Pengertian Halal	
Tidak Faham	0
Kurang Faham	0
Sangat Faham	100
Pengertian Thaiyyib atau Thaiyiban	
Tidak Faham	0
Kurang Faham	0
Sangat Faham	100
Pengertian Konsep Halalan Thaiyiban	
Tidak Faham	0
Kurang Faham	9
Sangat Faham	91

Berdasarkan Jadual 3 merujuk kepada kebanyakan responden bersetuju dengan menyediakan beberapa gambar proses pembuatan dan keadaan premis bagi meningkatkan keyakinan mereka dalam memilih produk halal. Mereka juga bersetuju jika para pengusaha melampirkan beberapa maklumat seperti bagaimana proses pembuatan, ramuan dan sumber ramuan itu sendiri bagi meningkatkan keyakinan mereka. Dan terakhir, melampir maklumat sijil-sijil yang telah mereka perolehi mengenai kebersihan dan pengesahan produk halal. Berdasarkan maklum balas ini, sistem yang dibangunkan akan melampirkan maklumat-maklumat yang telah dinyatakan.

Jadual 3: Cara Meningkatkan Keyakinan Pengguna Terhadap Produk Halal.

Bil	Soalan	Sangat tidak setuju (%)	Tidak setuju (%)	Neutral (%)	Setuju (%)	Sangat setuju (%)
1	Melampirkan maklumat cara pemprosesan makanan dilakukan.	0	4	12	33	50
2	Sediakan beberapa gambar semasa proses pembuatan makanan dibuat.	0	4	17	50	29
3	Menyediakan sedikit sedutan video yang menunjukkan keadaan premis makanan.	0	4	14	46	33
4	Melampirkan maklumat pengesahan Halal yang telah dikeluarkan oleh JAKIM kepada pengusaha. Contoh: pengesahan Halal daripada Jakim.	0	4	0	25	71
5	Menyatakan jenis bahan yang digunakan dan status Halal ramuan yang digunakan. Contoh: Kacang Soya buatan orang Islam, rempah	0	8	0	38	54
6	Memerihalkan penggunaan bahan yang digunakan dapat menyakinkan pengguna pada produk makanan yang dijual. Contoh: Telur yang digunakan dibasuh terlebih dahulu, menggunakan ayam organik.	0	4	0	33	63
7	Menyediakan alamat lengkap premis beserta nama pegawai atau pekerja yang terlibat dalam menguruskan makanan Halal di premis.	0	0	8	50	42

8	Melampirkan gambar keadaan dan penampilan pekerja semasa memproses produk Halal.	0	0	13	63	25
---	--	---	---	----	----	----

Berdasarkan maklumat yang diperolehi, reka bentuk antara muka bagi memaparkan maklumat produk berserta maklumat diperlukan bagi meningkatkan keyakinan pengguna dicipta, Rajah 1 menunjukkan contoh antara muka mengenai maklumat produk yang ada pada sesuatu produk berserta sijil halal dan kebersihan yang mereka perolehi. Rajah 2 menunjukkan aspek yang dijangka dapat menarik dan meningkatkan keyakinan pengguna terhadap produk halal dan bersih.






SOS CILI THAI MUDIM

PENGLUAR : MUDIM INDUSRI SDN. BHD
NO. TELEFON :
03-453212

ALAMAT : KAMPUNG JELUTONG, MUKIM TOBIAR, 06700 PENDANG, KEDAH DARUL AMAN, MALAYSIA
STOK : AMA

HARGA : RM7 Per Botol

KELULUSAN DAN PENSIJILAN

Pensijilan/kelulusan	Status	Pensijilan/kelulusan	Status	Pensijilan/kelulusan	Status
	✓		✗		✓
	✓		✓		

Petunjuk :
✓ = Ada
✗ = Tiada

TAMBAH KE TROLI

Rajah 1: Antara Muka Maklumat Produk

Contoh antara muka yang di paparkan pada Rajah 1 memberikan maklumat produk yang mampu menyakinkan pengguna untuk membeli dan menggunakan produk tersebut tanpa ragu. Kelulusan dan pensijilan sesuatu produk juga di tunjukan sebagai bukti pengiktirafan yang telah di berikan oleh kerajaan dan pihak-pihak yang bertanggungjawab. Rajah 2 adalah contoh antara muka yang menunjukkan aspek kebersihan produk, serba sedikit mengenai cara-cara penyediaan produk di terangkan untuk menyakinkan pengguna tentang kebersihan produk mereka.

ASPEK HALAL DAN KEBERSIHAN	PREMIS/KILANG	PROSES PEMBUATAN	ULASAN
			<ul style="list-style-type: none"> ▶ Menggunakan ramuan daripada sumber yang diyakini HALAL dan BERSIH ▶ Menggunakan telur yang dibasuh terlebih dahulu sebelum digunakan ▶ Tidak menggunakan MSG ▶ Pekerja mengenakan pakaian yang mengikut peraturan ketika memproses produk ▶ Pekerja sentiasa menggunakan sarung tangan daripada awal pemrosesan makanan sehingga ke proses pembungkusan makanan ▶ Mesin untuk memproses produk sentiasa dalam keadaan bersih ▶ Ayam atau daging yang digunakan AMAT diyakini daripada sumber halal dan bersih ▶ Proses penyediaan produk diyakini mengikut kehendak syara' (ceritakan sedikit pada ruangan "Proses Makanan" disebelah kanan)

Rajah 2: Antara muka Aspek Kebersihan Produk

3.0 Perbincangan

Bagi melengkapkan maklumat yang diperlukan bagi meningkatkan keyakinan pengguna terhadap sesuatu produk halal, kaedah pengedaran borang kaji selidik telah digunakan. Ternyata, dengan menggunakan kaedah ini ia membantu dalam mendapatkan maklum balas daripada pengguna dan daripada pemilik IKS sendiri. Selain daripada itu, ia mengelakkan daripada keciciran maklumat dan penggunaan maklumat yang tidak diperlukan. Hasil daripada borang kaji selidik itu digunakan bagi membantu pihak perusaharaan memasarkan produk mereka terutama kepada pihak IKS yang tiada apa-apa sijil pengesahan halal seperti pengusaha kerepek dan keropok lekor. Selain daripada itu, ia juga dapat mengembangkan lagi pasaran produk mereka.

4.0 Kesimpulan

Sebagai konlusi, di akhir pembangunan projek ini, kesemua objektif dapat dicapai dengan jayanya. Dimana satu laman e-dagang yang berkonsepkan Business to Customer (B2C) dapat dihasilkan bagi memasarkan produk halal secara atas talian. Selain itu, maklumat yang diperlukan bagi meyakinkan pengguna mengenai kebersihan produk yang dijual dapat dikenalpasti melalui borang kaji selidik. Selain daripada itu, dengan adanya laman e-dagang ini, ia mampu mendidik pengguna tentang perkara yang perlu diteliti sebelum memilih sesuatu produk dipasaran yang ada.

Rujukan

- Emerson Expert (2015). Process Automation System Design Techniques. Dicapai dari <http://www.emersonprocessxperts.com/2013/10/process-automation-system-design-techniques/>
- Lallana, E., Quimbo, R. & RuthAndam, Z. (2002). ePrimer: An Introduction to eCommerce (Philippines: DAI-AGILE)
- Turban, E. (2003). Introduction to Information E-commerce. New Jersey: Pearson Prentice Hall.