

## TANTANGAN DAN PELUANG DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS SYARIAH DI ERA DIGITAL

Mia Gustiani<sup>1</sup>, Resti Nurholifah<sup>2</sup>, Uswatun Hasanah<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu,  
Bengkulu, Indonesia

Email: [miagustianimia@gmail.com](mailto:miagustianimia@gmail.com), [nurresty73@gmail.com](mailto:nurresty73@gmail.com), [93uswatunhasanah@gmail.com](mailto:93uswatunhasanah@gmail.com)

**Abstrak:** Era digital menghadirkan peluang besar sekaligus tantangan kompleks bagi pengembangan bisnis berbasis prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penghambat dan pendorong utama dalam adaptasi bisnis syariah terhadap ekosistem digital. Menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, artikel ini menemukan bahwa adaptasi teknologi, edukasi pasar, kejelasan regulasi, serta konsistensi terhadap prinsip syariah menjadi faktor krusial. Peluang meliputi inovasi berbasis fintech syariah, perluasan pasar global, dan penguatan branding halal melalui kanal digital. Penelitian ini merekomendasikan strategi integratif berbasis inovasi dan literasi syariah digital sebagai kunci keberhasilan.

**Kata Kunci:** *Bisnis syariah, digitalisasi, fintech syariah, transformasi digital, halal economy*

**Abstract:** *The digital era presents great opportunities as well as complex challenges for the development of sharia-based businesses. This study aims to identify the main inhibiting and driving factors in the adaptation of sharia businesses to the digital ecosystem. Using a qualitative approach based on literature studies, this article finds that technology adaptation, market education, regulatory clarity, and consistency with sharia principles are crucial factors. Opportunities include innovation based on sharia fintech, global market expansion, and strengthening halal branding through digital channels. This study recommends an integrative strategy based on innovation and digital sharia literacy as the key to success.*

**Keywords:** *Sharia business, digitalization, sharia fintech, digital transformation, halal economy*

### Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 677

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa transformasi besar dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan bisnis. Digitalisasi menghadirkan berbagai peluang baru dalam pengembangan bisnis, termasuk di dalamnya bisnis berbasis syariah. Bisnis syariah, yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, transparansi, serta larangan terhadap riba dan gharar, kini mulai beradaptasi dengan model-model baru berbasis digital untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang semakin mengedepankan efisiensi dan aksesibilitas.

Seiring dengan pertumbuhan jumlah konsumen muslim secara global yang diperkirakan mencapai 2 miliar jiwa, permintaan terhadap produk dan layanan halal meningkat pesat. State of the Global Islamic Economy Report 2024 menunjukkan bahwa pengeluaran konsumen muslim untuk sektor makanan halal, keuangan syariah, farmasi, kosmetik, fesyen, dan pariwisata halal

mencapai nilai triliunan dolar Amerika setiap tahunnya. Fenomena ini membuka peluang besar bagi pelaku bisnis syariah untuk memperluas pasarnya melalui pemanfaatan teknologi digital, seperti e-commerce, fintech syariah, platform edukasi halal, hingga marketing digital berbasis nilai Islam.

Digitalisasi telah mengubah seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam berbisnis. Berdasarkan laporan Statista (2024), penetrasi internet global telah mencapai lebih dari 65%, membuka peluang besar untuk bisnis berbasis daring. Bagi bisnis syariah, era digital mempercepat kebutuhan akan inovasi namun juga menantang komitmen untuk tetap berlandaskan prinsip syariah.

Namun, integrasi bisnis syariah ke dalam ekosistem digital tidak lepas dari tantangan. Di satu sisi, pelaku usaha dihadapkan pada kompleksitas adaptasi teknologi, tuntutan edukasi dan literasi syariah digital, perlunya menjaga kepatuhan terhadap prinsip syariah, hingga menghadapi beragam regulasi di berbagai yurisdiksi. Di sisi lain, terdapat peluang besar untuk memperluas pasar global, mengembangkan inovasi produk halal berbasis digital, membangun branding halal melalui media sosial, dan menjalin kolaborasi strategis dalam ekosistem fintech syariah.

Untuk itu, kajian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan-tantangan utama dan peluang strategis dalam pengembangan bisnis syariah di era digital, serta memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha, regulator, dan akademisi dalam memperkuat posisi bisnis syariah di pasar global yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi.

## METODA PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik studi literatur. Data dikumpulkan dari artikel jurnal, laporan industri, dokumen regulator seperti OJK dan Bank Indonesia, serta laporan internasional dari IsDB dan World Bank. Analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk memetakan tantangan dan peluang secara sistematis.

## Tantangan dalam Mengembangkan Bisnis Syariah di Era Digital

### 1. Adaptasi Teknologi

Adaptasi teknologi adalah proses dimana bisnis syariah mengadopsi dan mengintegrasikan berbagai inovasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam operasionalnya. Dalam konteks era digital, adaptasi ini meliputi penggunaan internet, mobile apps, big data, blockchain, artificial intelligence (AI), dan fintech syariah.

### 2. Edukasi dan Literasi Syariah Digital

Edukasi dan literasi syariah digital adalah upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan pelaku bisnis mengenai prinsip-prinsip syariah serta penerapannya dalam konteks digitalisasi, seperti penggunaan aplikasi keuangan syariah, e-commerce halal, platform zakat digital, dan smart contract berbasis syariah.

### 3. Regulasi dan Standarisasi

Regulasi dalam bisnis syariah digital mengacu pada aturan hukum dan pedoman yang ditetapkan oleh pemerintah dan otoritas keuangan untuk memastikan bahwa praktik bisnis digital tetap mematuhi prinsip syariah. Standarisasi berarti membuat pedoman teknis atau spesifikasi yang dapat digunakan sebagai acuan dalam menjalankan bisnis digital berbasis syariah, termasuk prosedur audit halal, struktur akad online, dan verifikasi halal digital.

### 4. Menjaga Kepatuhan Syariah

Kepatuhan syariah adalah kesesuaian seluruh aktivitas bisnis, termasuk produk, layanan, transaksi, dan model bisnis, dengan prinsip-prinsip hukum Islam (syariah), seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), dan keharusan keadilan dalam muamalah.

Dalam konteks bisnis digital, menjaga kepatuhan syariah berarti memastikan bahwa semua platform, aplikasi, dan transaksi online tetap mengikuti prinsip tersebut, baik dalam pengembangan, pemasaran, maupun operasional sehari-hari (Syah et al., 2024).

## **Peluang dalam Mengembangkan Bisnis Syariah di Era Digital**

### **1. Inovasi Produk dan Layanan Berbasis Digital**

Inovasi produk dan layanan berbasis digital dalam bisnis syariah adalah penciptaan, pengembangan, atau adaptasi produk dan layanan baru yang memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan konsumen muslim, tetap menjaga prinsip syariah, dan merespons perubahan dinamika pasar global.

### **2. Perluasan Pasar Global**

Perluasan pasar global dalam konteks bisnis syariah digital adalah strategi untuk memperkenalkan, memasarkan, dan menyalurkan produk serta layanan halal ke konsumen di berbagai negara menggunakan media digital. Ini mencakup pemanfaatan platform e-commerce internasional, pemasaran digital lintas negara, hingga partisipasi dalam ekosistem ekonomi syariah global.

### **3. Kolaborasi Fintech Syariah**

Kolaborasi fintech syariah adalah kerja sama strategis antara perusahaan teknologi keuangan (fintech) berbasis syariah dengan berbagai pihak, seperti bank syariah, startup teknologi, lembaga zakat, institusi pendidikan, dan pemerintah, untuk mempercepat inovasi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kualitas layanan keuangan berbasis syariah.

### **4. Penguatan Branding Halal melalui Digital Marketing**

Branding halal adalah usaha membangun citra, kepercayaan, dan identitas produk atau layanan sebagai sesuatu yang sesuai dengan prinsip syariah (halal dan thayyib). Digital marketing adalah upaya mempromosikan dan memperkenalkan produk/jasa melalui kanal digital seperti media sosial, website, mesin pencari, email, dan aplikasi mobile.

Penguatan branding halal melalui digital marketing berarti menggunakan semua kekuatan digital untuk mengomunikasikan nilai halal dan membangun loyalitas konsumen muslim global (Arfaizar et al., 2023).

## **Strategi Pengembangan Bisnis Syariah di Era Digital**

Menghadapi dinamika ekonomi digital, pelaku bisnis syariah perlu menerapkan berbagai strategi inovatif dan adaptif agar mampu bersaing di pasar global tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah. Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain:

### **1. Adaptasi Teknologi Digital**

Bisnis syariah harus beradaptasi dengan berbagai teknologi baru seperti e-commerce, blockchain, Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan (AI), dan big data. Adaptasi ini memungkinkan efisiensi operasional, transparansi transaksi, serta personalisasi layanan kepada konsumen muslim modern (Desky & Maulina, 2022).

### **2. Peningkatan Literasi Syariah dan Digital**

Meningkatkan literasi syariah dan literasi digital bagi pelaku bisnis dan konsumennya menjadi kunci penting. Edukasi ini meliputi pemahaman prinsip halal-thayyib, keuangan syariah, serta penggunaan teknologi digital secara etis dan produktif (Mansur et al., 2022).

### **3. Penguatan Branding Halal melalui Media Digital**

Membangun citra merek halal melalui media sosial, website, influencer marketing, dan konten edukatif menjadi strategi penting untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen muslim, baik di pasar lokal maupun global (Andini et al., 2019).

#### 4. Inovasi Produk dan Layanan Berbasis Syariah

Bisnis syariah perlu terus mengembangkan produk dan layanan berbasis digital, seperti platform zakat digital, peer-to-peer lending syariah, marketplace halal, hingga aplikasi edukasi keuangan syariah (Rabbani & Khan, 2020).

#### 5. Menjaga Kepatuhan Syariah melalui Digital Monitoring

Implementasi teknologi monitoring berbasis blockchain atau smart contract dapat membantu memastikan kepatuhan produk/jasa terhadap prinsip syariah secara otomatis dan transparan (Ahianindiasdri & Bergmans, 2021).

#### 6. Kolaborasi dengan Ekosistem Fintech Syariah

Membangun sinergi dengan fintech syariah, lembaga keuangan syariah, regulator, dan platform teknologi dapat memperluas akses pembiayaan, distribusi produk, serta meningkatkan daya saing bisnis syariah di pasar digital (Alfathimi, 2024).

#### 7. Penetrasi Pasar Global

Melalui platform digital, pelaku bisnis syariah dapat memperluas pasar mereka secara global, terutama ke negara-negara dengan komunitas muslim besar dan kebutuhan terhadap produk halal yang terus meningkat (Muh. Ahsan Kamil & Muhammad Rasyid Ridlo, 2024).

### KESIMPULAN

Bisnis syariah di era digital menghadapi tantangan besar terkait adaptasi teknologi, literasi, regulasi, dan kepatuhan syariah. Namun, peluang yang ditawarkan sangat besar jika pelaku usaha mampu berinovasi secara strategis.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahianindiasdri, A., & Bergmans, S. B. (2021). Blockchain Technology As a Solution of Integration Issue in Halal Food Supply Chain. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10, 1-15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Alfathimi, N. A. A. (2024). Opportunities and Challenges of Sharia Financial Technology Governance in Indonesia: A Literature Review. *Edusentris*, 3(April), 73-85. <https://ejournal.upi.edu/index.php/edusentris/article/view/73360%0Ahttps://ejournal.upi.edu/index.php/edusentris/article/download/73360/28593>
- Andini, M. F., Rouly, D., Pandjaitan, H., & Shofa, F. (2019). *the Effect of Halal Branding Dimension To Purchase*.
- Arfaizar, J., Ayu, N., Riyanto, F., YUSDANI, Y., & Muliadi, S. (2023). Dinamika Kontemporer Dalam Transaksi Perbankan Syariah Dan Problematikanya. *Wadiah*, 7(2), 163-191. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v7i2.327>
- Desky, H., & Maulina, I. (2022). Digital Transformation in Islamic Banking. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 05(12), 3616-3622. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i12-42>
- Mansur, M., Samsuri, A., Nurhayati, N., & Khoyyilah, K. (2022). A Slanted View on the Future of Islamic Fintech and Conventional Fintech in South and Southeast Asian Countries. *El Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 5(2), 207-234. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v5i2.5147>
- Muh. Ahsan Kamil, & Muhammad Rasyid Ridlo. (2024). Analisis Potensi Digital Marketing pada UMKM Industri Halal. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 166-177. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).13543](https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).13543)
- Rabbani, M. R., & Khan, S. (2020). Agility and fintech is the future of islamic finance: a study from islamic banks in bahrain. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 6955-6957. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3783171>
- Syah, M. I., Piranda, K., & Anes, M. R. (2024). *Rihlah Iqtishad : Jurnal Bisnis dan Keuangan Islam Transformasi Ekonomi Syariah di Era Revolusi*. 1(2), 71-83.