

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

Azizah Rahmawati^{*1}, Siti Karomah¹

¹IAI An-Nadwah Kuala Tungkal, Indonesia

Email: azizahrochman13@gmail.com^{*}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki peran inovasi pasar syariah dalam mengakselerasi pertumbuhan keuangan syariah di era digital. Sehingga dapat memahami bagaimana inovasi di pasar syariah dapat menjadi pendorong signifikan dalam mengembangkan ekosistem keuangan syariah. Dengan menggunakan metode *library research* (studi kepustakaan), penelitian ini menelusuri sumber-sumber literatur yang relevan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang perkembangan pasar syariah dan keuangan syariah dalam konteks transformasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi pasar syariah, terutama yang terkait dengan teknologi digital, memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan aksesibilitas, transparansi, dan efisiensi dalam produk dan layanan keuangan syariah. Adopsi teknologi seperti *blockchain* dan *fintech* turut berperan dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan keuangan syariah. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat implementasi inovasi di pasar syariah. Temuan ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi pelaku industri keuangan syariah, regulator, dan akademisi dalam merancang kebijakan dan strategi yang mampu memanfaatkan potensi inovasi pasar syariah untuk mendorong perkembangan positif dalam era digital. Penelitian ini juga memberikan sumbangan teoretis dan praktis dalam memahami dinamika perubahan pasar keuangan syariah yang terus berkembang di tengah arus transformasi digital global. Dengan kesimpulan, inovasi pasar memiliki peran penting dalam pertumbuhan keuangan syariah, yang memungkinkan penyediaan layanan yang lebih cepat, efisien, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan terus menerapkan inovasi-inovasi ini, keuangan syariah dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar kepada masyarakat.

Kata Kunci: Inovasi; Pasar; Keuangan Syariah; Era Digital

PENDAHULUAN

Era digital sebagai salah satu era atau zaman pada kehidupan ini telah mengalami kondisi kemajuan yang sangat pesat dan mengarah ke bentuk digital. Kondisi tersebut bisa terjadi karena pada dasarnya kita sebagai manusia akan selalu menuntut serta meminta agar semua hal dapat dilakukan secara efisien dan praktis. Saat ini dunia memasuki era digital telah menjadi tumpuan kehidupan manusia. Era digital ini mempengaruhi setiap aspek kehidupan termasuk bisnis, politik, pendidikan, seni dan

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

budaya. Dalam konteks ini, masyarakat sebagai penerima informasi harus mampu berfikir kritis untuk memilah dan memilih dampak yang baik maupun dampak yang kurang baik¹.

Dalam era digital yang terus bergerak maju, inovasi pasar memiliki peranan yang krusial dalam mendorong pertumbuhan keuangan syariah. Keuangan syariah, yang berdasarkan kepada prinsip-prinsip Islam, telah mengalami pertumbuhan yang pesat di seluruh dunia dalam beberapa dekade terakhir. Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan tantangan zaman, inovasi pasar telah berperan penting dalam memperluas aksesibilitas, transparansi, dan kecepatan layanan yang ditawarkan oleh sektor keuangan syariah.

Era digital telah menghasilkan revolusi dalam pemasaran, dengan strategi baru yang muncul dan pergeseran perilaku konsumen. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam membantu bisnis dan tujuannya. Pemasaran yang aktif dapat meningkatkan visibilitas bisnis, menghasilkan produk baru, dan memperkuat citra merek. Namun, dengan kemajuan teknologi, inovasi digital dan pergeseran perilaku konsumen meningkat. Kemajuan teknologi telah membuka pintu untuk menjangkau lebih banyak konsumen dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Inovasi pemasaran di era digital tidak hanya tentang memperkenalkan produk atau layanan baru kepada pasar, tetapi juga tentang memanfaatkan teknologi dan media digital untuk memperkuat konsumen antara produk dengan konsumen. Dalam era digital, konsumen lebih cenderung menggunakan internet untuk memperoleh informasi tentang produk, dan mengambil keputusan pembelian berdasarkan pengalaman digital mereka².

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode penelitian perpustakaan (*library research*). *Library Research* merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara memanfaatkan sumber-sumber informasi tertulis yang terdapat dalam perpustakaan atau dalam bentuk online, seperti buku dan jurnal.

¹ Ahmad Muktamar dkk., *Manajemen Pendidikan (Konsep, Tantangan, Dan Strategi Diera Digital)* (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 82.

² Peran Simanihuruk dkk., *Memahami Prilaku Konsumen (Strategi Pemasaran Yang Efektif pada Era Digital)* (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 115.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam menunjang sebuah penelitian atau studi yang sedang dilakukan.³

Metode ini penting digunakan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan berupa penelitian *library* atau studi pustaka, yang memerlukan pengumpulan informasi dengan membaca buku, jurnal, surat kabar, majalah, dan bentuk media lainnya. Dalam penelitian ini diperlukan sumber data, diperoleh dari sumber data sekunder seperti buku dan data dari website atau media lain yang berkaitan dengan pembahasan (analisis dan penelitian). Dengan menggunakan metode *library research* (studi kepustakaan), penelitian ini menelusuri sumber-sumber literatur yang relevan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang perkembangan pasar syariah dan keuangan syariah dalam konteks transformasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Memahami Pasar Syariah

Pasar syariah merupakan pasar yang emosional (*emotional market*). Pasar syariah merupakan sebuah pasar yang beroperasi dengan mematuhi prinsip-prinsip syariat Islam. Pasar syariah berusaha untuk menciptakan kesetaraan dalam transaksi ekonomi serta meminimalisir kemungkinan terjadinya ketidakadilan. Pada dasarnya, pasar syariah bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang lebih berkelanjutan dan memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat.

Di beberapa literatur banyak orang tertarik untuk melakukan bisnis pada pasar syariah karena sebuah alibi keagamaan (dalam perihal ini agama Islam) yang bertabiat emosional, bukan hanya karena ingin memperoleh keuntungan finansial yang bertabiat rasional⁴. Sebagian konsep pemasaran yang terdapat pada tingkat emosional ini antara lain *eksperiential marketing* serta *emotional marketing branding*. Namun setelah banyak sekali hambatan keuangan, masa pemasaran sudah beralih lagi ke arah *spiritual marketing*.

Dalam sebutan syariah, pemasaran spiritual merupakan suatu tingkatan pemasaran yang di dalam totalitas prosesnya tidak terdapat yang berlawanan dengan prinsip-prinsip muamalah. Pencantuman nilai-nilai ibadah dalam transaksi terletak pada puncak paling

³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004), 8.

⁴ Idrisi Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital* (Bogor: Lindan Bestari, 2020), 2.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

tinggi dalam pemasaran. Dalam *spiritual marketing*, pesaing tidak dianggap sebagai musuh, karena dalam *spiritual marketing* menjunjung besar nilai-nilai etika dan senantiasa melindungi ikatan baik serta kemitraan dengan pesaing. Pesaing dipandang sebagai mitra setara yang sanggup memacu kreativitas dan inovasi dalam industri. Persaingan merupakan perihal yang baik karena ingin berperan dalam membesarkan pasar. Oleh karena itu, dalam *spiritual marketing* pesaing harus lebih ditempatkan sebagai mitra dibanding sebagai musuh yang wajib dihancurkan. *Spiritual marketing* bertujuan untuk mencapai suatu pemecahan yang adil serta transparan bagi seluruh pihak yang ikut serta⁵.

B. Prinsip Keuangan Syariah

1. Larangan Riba

Riba merupakan sebuah praktik perbuatan hukum yang dilarang secara tegas dalam al-Qur'an serta sunnah nabi saw. Riba diambil dari kata "*roba- yarbu*" yang maksudnya akumulasi atau tambahan⁶. Dalam sebutan syara' riba dimaksud selaku akumulasi atau penambahan pada suatu barang tertentu.⁷ Hikmah diharamkannya riba karena riba dapat memunculkan permusuhan antar individu dan menghilangkan semangat saling tolong-menolong sesama manusia, dengan ini tolong-menolong merupakan aktivitas yang diperintahkan oleh agama karena sebagaimana fitrah manusia yang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri tanpa bantuan orang lain. Sehingga para pelaku riba apabila ingin mendapatkan harta kemewahan dengan tanpa bekerja, mengganggu harta orang lain dengan cara mengambil tanpa memberikan ganti rugi, serta merugikan orang miskin dengan melenyapkan sumber energi manusia yang produktif⁸.

Riba dibagi menjadi dua bagian yaitu: 1) Riba Nasiah, ialah salah satu wujud riba yang universal dilakukan oleh warga Arab pada era jahiliyah, dimana mereka membagikan harta kepada orang lain dengan metode tiap bulan menariknya dengan jumlah tertentu serta apabila telah jatuh tempo orang yang berhutang harus mengembalikan segala hartanya, namun apabila terlambat membayar harus diperpanjang

⁵ Parakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, 3–4.

⁶ Muhammad Bin Ismail Al Amir Assa'Ani, *Subulussalam Terjemahan Jilid 2* (Jakarta: Darussunnah, 2011), 394.

⁷ Wahbah Az Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adilatuhu Jilid 5 Terjemah* (Jakarta: Gema Insani Press, 2011), 307.

⁸ Asyura dkk., *Multilevel Marketing Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Maqosit Syariah* (Yogyakarta: Sisi Budi Utama, 2021), 43.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

serta dikenai tambahan bayaran bonus yang ditanggguhkan; dan 2) Riba Fadhl, yaitu penukaran suatu barang dengan barang yang seragam, tetapi jumlahnya lebih banyak karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran padi dengan padi, emas dengan emas, dan sebagainya⁹.

2. Larangan Gharar

Menurut bahasa gharar merupakan *khida'* berarti penipuan. Kata ini juga bermakna *Al Khathr* (perjudian), karena adanya pertarungan dari segi kualitas atau kuantitas. Secara terminologi gharar merupakan salah satu wujud penipuan serta tidak mengenali suatu yang diakadkan yang di dalamnya diperkirakan tidak terdapat faktor kerelaan¹⁰. Gharar berasal dari bahasa arab adalah isim masdar mengandung makna kecurangan, pertarungan, menjerumuskan diri dalam kehancuran dan ketidakjelasan. Rasulullah melarang jual beli dengan metode pelemparan batu serta melarang ketidakjelasan dalam jual beli. (HR. Imam muslim)¹¹.

Larangan jual beli yang memiliki faktor gharar dimengerti dari bacaan hadis yang menggunakan sighat ungkapan yang menampilkan larangan dan tidak terdapat qorinah serta uraian lain untuk menampilkan arti lain sehingga dari itu transaksi gharar ini merupakan haram¹². Ditinjau dari aspek membatalkan ataupun tidaknya terhadap akad gharar dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Gharar fahisi ialah gharar yang sungguh-sungguh, dimana Gharar tipe ini dapat membatalkan akad. Gharar muncul dari salah satu dari 3 faktor, yaitu: a) Tidak dapat terjalin dengan baik karena penjual menipu dimana pembeli tidak mengenali keadaan serta data lengkap benda yang menjadi objek kontrak. Contohnya, benda pegadaian dijual kepada orang lain padahal benda gadaian tersebut masih menjadi kepunyaan legal pemilik asli benda; b) Benda yang menjadi objek kontrak ada, namun tidak dapat diserahkan. Karena benda yang menjadi objek akad belum menjadi milik sempurna penjual, contohnya pemilik benda yang digadaikan menjual benda yang masih terletak dalam rumah pegadaian kepada pembeli sehingga benda tersebut tidak dapat diserahkan karena masih berada di kantor

⁹ Al-Hushari dan Ahmad Muhammad, Syaikh, *Tafsir Ayat-Ayat Ahkam* (Jakarta: Timur Pustaka Al-Kautsar, 2014), 191.

¹⁰ Abd Misno, *Fikih Muamalah Al Maaliyah Hukum Ekonomi Dan Bisnis Syariah* (Yogyakarta: CV. Semesta Media, 2022), 287.

¹¹ Wahbah Az Zuhaili, *Fiqih Imam Syafi'i* (Jakarta: Almahira, 2007), 70.

¹² Oni Syahroni, *Ushul Fiqih Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 64.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

pegadaian; dan c) Barang bisa diserahkan tetapi tidak sama spesifikasinya sesuai dengan yang dijanjikan, pembeli berhak menolak untuk menerima barang tersebut, apabila pembeli menerima jual beli tersebut maka tidak sah.

- b. Gharar yasir ialah gharar yang sedikit maupun ringan. Gharar Yasir ini dapat dimaafkan sehingga tidak membatalkan akad apabila terdapat ini dalam transaksi sampai transaksi tersebut sah secara Islam. Syarat gharar yasir untuk fuqaha ialah sebagai berikut: a) Gharar tersebut kecil dan sedikit; b) Transaksi tersebut diperlukan masyarakat; dan c) Gharar tersebut tidak sanggup diletakkan musyaqah ataupun kesusahan yang dibenarkan syara¹³.

Gharar juga mempunyai tingkatan yang terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. Gharar al-katsir, yaitu gharar yang kuantitasnya banyak dan besar, undang-undangnya dilarang karena melanggar transaksi. Hal ini berdasarkan ijma' seperti menjual ikan yang masih di dalam air, burung yang masih terbang di udara dan lain sebagainya.
- b. Gharar al-yasir yaitu gharar yang jumlah dan kuantitasnya sedikit, menurut ijma'nya diperbolehkan secara hukum seperti menjual pondasi rumah dan lain-lain. Gharar al-mutawassil yaitu gharar yang jumlah dan kuantitasnya pertengahan hukumnya masih diperbincangkan, namun untuk takarannya mengetahui banyak atau sedikitnya dikembalikan kepada kebiasaan masyarakat awam¹⁴.

Al baji (403-494H) membagi kategori gharar menjadi 2 macam yaitu berat dan ringan. Kategori berat adalah gharar yang sangat mempengaruhi keabsahan akad, seperti jual beli janin binatang yang masih dalam perut ibunya karena baik penjual maupun pembeli tidak mengetahui dengan pasti keadaan janin sebenarnya setelah dilahirkan nanti, apakah dalam kondisi sehat atau cacat atau bahkan dalam keadaan mati. Kemungkinan ini nantinya akan merugikan satu pihak dan menguntungkan pihak lain. Kedua, kategori ringan adalah gharar yang tidak terlalu mempengaruhi keabsahan akad secara signifikan, misalnya dalam akad perumahan bulanan yang tidak disebutkan jumlah hari dalam setiap bulannya 27,28,29 atau 30 hari¹⁵.

¹³ Baiq Iamiati dkk., *Transaksi Dalam Ekonomi Islam* (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2022), 32–34.

¹⁴ Muhammad Hashim Kamali, *Islamic Commercial Law; Analysis Of Future And Option* (Petaling Jaya: Ilmiah Publisher, 2022), 78.

¹⁵ Al-Baji, *Al Muntaqa Sharh Al Mutawatta Juz Ke-1* (t.t.), 78.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

3. Larangan Maysir

Maisir bisa dimaksud mendapatkan sesuatu dengan sangat gampang tanpa kerja keras ataupun menemukan keuntungan tanpa bekerja serta dengan kata lain seluruh suatu yang memiliki faktor judi, taruhan, pula permainan beresiko¹⁶. Kata Maysir dalam bahasa Arab berarti mudah, kaya, lapang. Dan jika dikaitkan dengan makna yang berhubungan suatu transaksi atau muamalah, maka maysir adalah cara untuk mendapatkan uang atau materi dengan mudah tanpa harus melakukan jerih payah yang lazim dilakukan secara ekonomi. Jadi maysir juga berarti mendapatkan sesuatu dengan sangat mudah tanpa harus kerja keras atau dengan kata lain mendapat keuntungan materi tanpa bekerja¹⁷.

Landasan hukum maysir menurut Islam sebagaimana disyariatkan dalam al-Qur'an terdapat dalam surat al-Maidah ayat 90-91 Allah SWT berfirman, "Hai orang-orang yang beriman sesungguhnya meminum khamar, berjudi, berkorban untuk berhala mengundi nasib dengan panah adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. Sesungguhnya syaitan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran meminum khamar dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang maka berhentilah kamu dari mengerjakan pekerjaan itu". (Qs. Al-Maidah 90-91)¹⁸. Salah satu contoh transaksi maysir dalam kehidupan sehari-hari adalah perjudian atau perlombaan memancing yang hadiahnya berasal dari uang pendaftaran peserta¹⁹.

C. Perkembangan Pasar Syariah Di Era Digital

Era digital yang semakin lama semakin maju, perkembangan pasar syariah juga mengalami peningkatan yang pesat. Inovasi-inovasi yang dilakukan dalam pasar syariah dapat memperluas akses dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam keuangan syariah. Dalam era digital, para pelaku pasar syariah dapat memanfaatkan teknologi untuk mempercepat dan mempermudah transaksi keuangan syariah. Berikut adalah beberapa inovasi pasar syariah dalam era digital:

¹⁶ Ari Kurniawan, "Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah," *JUSTITIA JURNAL HUKUM* 1, no. 1 (2017): 43, <https://doi.org/10.30651/JUSTITIA.V1I1.601>.

¹⁷ Daeng Naja, *Fiqih Akad Notaris* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 214.

¹⁸ Al-Qur'an Dan Terjemahnya, *Al-Maidah* (Jawa Barat: CV. Penerbit Diponegoro, 2010), 132.

¹⁹ Daeng Naja, *Bekal Bankir Syariah* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 116.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

1. *E-Commerce*

E-Commerce merupakan sebutan untuk menjelaskan transaksi serta pertukaran data antara penjual serta pembeli dalam area virtual. Fenomena jual beli online ini terjalin karena konektivitas jaringan internet yang menghubungkan berjuta-juta pihak. Kemunculan *e-commerce* sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan teknologi data, paling utama internet. Hal ini mempermudah industri untuk memasarkan produknya ke segala dunia tanpa terkendala oleh batas geografis. Dalam konteks pemasaran produk lewat *e-commerce*, sehingga data menjadi bahan baku utamanya. *E-Commerce* juga merupakan salah satu pendorong utama dari konsep ekonomi digital yang sedang tumbuh. *E-Commerce* muncul untuk memenuhi kebutuhan style hidup modern yang mengutamakan kenyamanan serta kecepatan dalam bermacam aspek. Terkadang, *e-commerce* disebut juga selaku "*market making*" sebab kedudukannya dalam menghasilkan pasar online yang menghubungkan penjual serta pembeli dari segala dunia hanya melalui akses internet²⁰.

Electronic commerce bermula pada tahun 1970 an, dengan terdapatnya inovasi seperti *electronic fund transfer* (EFT). Dikala itu tingkatan aplikasinya masih terbatas pada perusahaan-perusahaan besar, lembaga keuangan, serta segelintir industri kecil yang nekat. Kemudian munculah *Electronic Informasi Interchange* (EDI), yang tumbuh dari transaksi keuangan menuju transaksi lain dan memperbesar jumlah industri yang berfungsi, mulai lembaga- lembaga keuangan sampai industri manufaktur, ritel, layanan serta sebagainya. Aplikasi-aplikasi lain setelah itu menyusul, yang mempunyai jangkauan dari perdagangan saham sampai sistem reservasi ekspedisi.

Pada saat itu sistem tersebut disebut sebagai aplikasi telekomunikasi yang nilai strategisnya telah diketahui secara universal. Dengan terdapatnya komersialisasi internet pada tahun 1990- an, dan pesatnya perkembangan yang mencapai jutaan pelanggan potensial, sehingga muncul sebutan *electronic commerce* (*e- Commerce*), yang aplikasinya telah tumbuh pesat. Pusat Studi *e- Commerce* di Universitas Texas yang menekuni 2000 industri internet, *e-Commerce* merupakan zona yang berkembang sangat cepat, yang mengalami kenaikan hingga 72% dari \$99, 8 milyar jadi \$171, 5 milyar. Pada tahun 2002, diatas satu triliun dolar pemasukan dihasilkan dari Internet. Sehingga adanya pertumbuhan jaringan, protokol, fitur lunak, serta spesifikasi. Dari tahun 1995 sampai

²⁰ Rinto Rante Rerung, *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018), 18.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

1999 kita sudah melihat berbagai macam aplikasi inovatif, mulai iklan sampai pada pelelangan.

Satu alasan untuk pesatnya pertumbuhan teknologi tersebut merupakan adanya peran dunia maya. Hampir semua organisasi baik menengah maupun besar di AS sudah mempunyai web website sendiri. Misalnya, pada tahun 1998, General Motors Corporation (www.gm.com) menawarkan 18.000 taman data yang mencakup 98.000 link dengan berbagai macam produk, layanan serta dealer-dealernya²¹. Adapun jenis-jenis *E-commerce*, diantaranya adalah:

- a. *Online Shop* (Toko Media Sosial) adalah akun platform media sosial seperti Facebook, Instagram atau TikTok yang dimanfaatkan oleh individu atau perusahaan untuk melakukan perdagangan barang atau jasa. Untuk pebisnis pemula yang berdagang menggunakan media sosial, biasanya mereka hanya berdagang terbatas pada orang-orang yang berada di dalam lingkaran pertemanan saja dan mengelola tokonya hanya saat ada waktu saja, bahkan menggabungkannya dengan hal-hal pribadi. Padahal *social media shop* yang dikelola secara profesional berpeluang mendapat keuntungan yang besar. Untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi, sebaiknya pemilik *social media shop* yang juga memiliki toko dengan nama pengguna atau brand yang sama di platform e-commerce marketplace seperti Tokopedia, Bukalapak dan sebagainya, karena platform tersebut mengawasi pembayaran dan pengiriman²².
- b. *Online Shop* atau *Online Services* (Toko Online atau Jasa Online) merupakan platform yang dibuat oleh individu perusahaan untuk melakukan perdagangan barang atau jasa.²³ Jenis *Online Shop* dapat berupa *Mainstream online shop* yaitu toko online yang menjual satu jenis barang saja. Seperti Fashion, contohnya Zalora, Zilingo, Hijup, Berrybenka, Levi, theexecutive dan sebagainya; Elektronik, contohnya Bhineka, Glodokelektronik, Sony, Samsung, LG dan sebagainya; Furnitur, contohnya Fabelio, Dekoruma, Ikea, dan sebagainya; dan Produk Kesehatan, contohnya Kalbestore, Mediacureshop, goalkes, alkestore, dan sebagainya.

²¹ M. Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia* (Yogyakarta: Andi Offset, 2023), 10.

²² Indra Wibawa, *Era Bisnis Online Underdog Vs Incumbent Bisnis* (Penakopihitam, 2019), 61.

²³ *Ibid*, hlm. 62.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

- c. Marketplace (Pasar Online), yaitu platform yang dibuat oleh perusahaan untuk memfasilitasi pengguna untuk melakukan kegiatan perdagangan barang atau jasa. Pemilik platform bertanggung jawab dalam mengawasi proses transaksi jual beli hingga pengiriman barang atau jasa melalui fitur-fitur pada platform. Jenis Marketplace: Marketplace di bidang perdagangan Contohnya Alibaba, Aliexpress, Tokopedia, Bukalapak, Shopee dan sebagainya; dan Marketplace di bidang jasa: Pemesanan Kendaraan (Ride Hailing. Contohnya Uber, Gojek, Grab dan lain sebagainya; Penginapan Contohnya Airbnb; dan Pemesanan Makanan (Food Ordering).²⁴
- d. Shopping Mall adalah platform seperti marketplace tetapi pemilik platform menyeleksi para pedagangnya. Semua pedagang harus melewati proses verifikasi yang ketat, biasanya mereka mencari penjual produk-produk berkelas atau branded. Dari sudut pandang pengunjung, shopping mall tidak berbeda dengan marketplace, padahal model bisnis shopping mall sebenarnya adalah mengendalikan penuh produk-produk yang dijual di tempatnya. Bahkan beberapa shopping mall terkadang memang menjual produk mereka sendiri seperti pada online shop, pedagang luar hanya bisa masuk sebagai penyedia barang supplier. Shopping mall memang mirip sebuah mall, mereka sementara marketplace mirip pasar yang membolehkan para pedagang bermodal tika sekalipun untuk berjualan.²⁵ Contohnya Lazada, Blibli, Shopee, JD dan sebagainya.
- e. *Classified* (Iklan Baris Online), merupakan platform berbentuk seperti iklan baris yang dibuat oleh perusahaan untuk memfasilitasi para pedagang untuk melakukan perdagangan barang atau jasa. Pemilik platform tidak bertanggung jawab dalam proses transaksi atau hanya menyediakan sarana tanpa mengawasi atau menyediakan fitur transaksi. Contohnya Olx, rumah123, carmudi, lamudi dan masih banyak lagi.²⁶

Keunggulan E-commerce menurut Turban dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu: 1) Manfaat E-commerce bagi konsumen: Kemampuan untuk mengakses produk dan layanan tanpa batasan geografis serta akses yang tidak terbatas terhadap berbagai

²⁴ Ibid, hlm. 64-65.

²⁵ Ibid, hal. 65.

²⁶ Ibid, hal. 63.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

produk dan layanan; 2) Manfaat E-commerce bagi perusahaan: Potensi penurunan biaya produksi, distribusi, dan penyebaran informasi serta akses ke pasar nasional dan internasional yang lebih luas; dan 3) Manfaat E-commerce bagi masyarakat: Kemudahan akses untuk membeli, menjual, dan mendapatkan informasi produk tanpa terbatas oleh lokasi geografis.

Sebaliknya, terdapat beberapa kelemahan dalam E-commerce, baik dari segi teknologi maupun non-teknologi yang telah menghambat pertumbuhan dan adopsi E-commerce. Kendala teknologi mencakup kekurangan standar keamanan dan peraturan yang diterima secara universal, ketidakmemadaan telekomunikasi yang aman, serta kebingungan dalam hal hukum dan peraturan²⁷.

2. Finansial Teknologi Syariah

a. Pengertian Finansial Teknologi (*Fintech*) Syariah

Fintech adalah istilah yang merujuk pada teknologi keuangan. Dalam konteks syariah, Fintech adalah teknologi keuangan yang mematuhi prinsip-prinsip syariah, yang jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia, berarti "teknologi finansial." (Ini adalah penerjemahan literal dari istilah tersebut) Pasal 1 angka 1 peraturan Bank Indonesia nomor 19/12/ pbi2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial, teknologi finansial diartikan sebagai penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter stabilitas sistem keuangan, dan efisiensi kelancaran, keamanan, dan kendala sistem pembayaran.

Sedangkan menurut Bank Indonesia finansial teknologi merupakan pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan yang dapat menciptakan produk, layanan, teknologi ataupun model bisnis baru dengan sebagian jenis selaku sistem pembayaran, dorongan pasar manajemen investasi serta manajemen resiko, dan pinjaman pembiayaan serta penyediaan modal dan jasa finansial yang lain yang mempunyai kriteria inovatif yang berguna untuk warga bisa digunakan secara luas serta kriteria lain yang diresmikan oleh Bank Indonesia yang berlaku²⁸.

²⁷ Dhiraj Kelly Sawlani, *Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan* (Surabaya: Scorpindo Media Pustaka, 2021), 27.

²⁸ Lukmanul Hakim dan Recca Ayu Hapsari, *Financial Technology Law* (Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2022), 62.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

Finansial teknologi syariah merupakan teknologi keuangan digital ataupun layanan keuangan yang berpegang hukum syariah yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah. Layanan finansial teknologi syariah ini ada dalam bisnis jasa keuangan finansial syariah merupakan bisnis berbasis teknologi dengan layanan ataupun produk keuangan inovatif yang mempunyai skema syariah, yang memakai akad serta prinsip syariah secara ketat untuk menjauhi hal-hal yang haram bathil, syubhat, maysir serta gharar.²⁹

b. Perkembangan Finansial Teknologi Syariah

Kemajuan teknologi sudah memegang banyak bagian tercantum industri keuangan. Timbulnya teknologi finansial telah mengganti metode warga dalam melakukan transaksi bisnis. Indonesia sebagai negara dengan model regulasi tertentu yang didasari oleh Bank Indonesia serta Otoritas Jasa Keuangan telah memiliki beberapa regulasi untuk mengendalikan finansial teknologi maupun finansial teknologi syariah.³⁰

Fintech muncul sebagai respons terhadap masalah yang dihadapi masyarakat yang tidak menerima layanan yang memadai dari sektor keuangan. Beberapa masalah tersebut termasuk regulasi yang kompleks dan keterbatasan dalam akses pada layanan perbankan karena jarak geografis antara konsumen dan lembaga keuangan, yang mengakibatkan ketidakmampuan perbankan untuk melayani konsumen. Situasi ini berdampak negatif pada perputaran ekonomi yang terhambat. Dengan adanya finansial teknologi dapat membantu masyarakat yang tidak terjangkau perbankan dapat menggunakan layanan keuangan yang berbasis teknologi tanpa harus melakukan perjalanan untuk dapat menerima layanan keuangan³¹.

c. Manfaat *Fintech* Syariah

Melalui penggunaan finansial teknologi ini, tujuannya dapat mempermudah individu dalam melakukan transaksi dan investasi dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip ini berperan dalam mengatur seluruh proses transaksi

²⁹ Ibid, hal. 50.

³⁰ Ibid, hlm. 48.

³¹ Ana Tony Robby Chandra Yudha dkk., *Fintech Syariah Dalam Sistem Industri Halal: Teori Dan Praktik* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021), 2.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

hingga mencapai tujuan akhirnya. Meskipun demikian, finansial teknologi berbasis syariah saat ini menghadapi tantangan dalam hal perbedaan akad yang digunakan.

Beberapa jenis finansial teknologi yang telah disesuaikan dengan prinsip syariah meliputi peer to peer (pinjaman berbasis teknologi), uang elektronik (*e-money*), dan gerbang pembayaran (*payment gateway*). Hukum syariah yang mengatur finansial teknologi masih belum memiliki kejelasan untuk beberapa jenis, seperti crowdfunding dan manajemen investasi, yang belum memiliki fatwa syariah. Oleh karena itu, diperlukan kepastian hukum syariah yang dapat mengikuti perkembangan teknologi yang terus berlanjut³².

Adapun manfaat finansial teknologi yang dapat dirasakan oleh masyarakat di antaranya adalah sebagai berikut: a) Kemudahan dalam Transaksi Keuangan, dengan adanya fintech, proses transaksi keuangan menjadi lebih simpel, di mana semuanya dapat dilakukan melalui perangkat ponsel. Seluruh aktivitas keuangan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan efisien. Sebelumnya, orang harus mengunjungi mesin ATM atau pergi ke bank untuk mengirim uang, yang terbukti kurang efisien dari segi waktu dan tenaga; dan b) Kemudahan dalam Berdonasi, Fintech tidak hanya terkait dengan aktivitas komersial. Sebagian perusahaan fintech memiliki tujuan sosial dalam penggalangan dana dari masyarakat. Dana yang terkumpul akan digunakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sejak awal. Contoh fintech di Indonesia yang berfokus pada penggalangan dana adalah Kita.com, yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berkontribusi dalam melakukan donasi.

d. Jenis-Jenis Fintech

1. *E-money* merupakan uang elektronik berbentuk kartu digital yang dapat digunakan untuk transaksi yang menggunakan mesin elektronik. Walau termasuk kategori finansial teknologi tetapi di Indonesia *e-money* justru diterbitkan oleh bank semenjak pemerintah mendorong pembayaran elektronik untuk masuk tol, kereta api, dan tempat-tempat wisata milik negara dan sebagainya. Tanpa disadari uang mulai tergantikan oleh kartu digital

³² Maulidah Narastri, "Financial Technology (Fintech) di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Islam," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics* 2, no. 2 (2020): 155, <https://doi.org/10.31538/ijse.v2i2.513>.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

karena lebih praktis dan aman untuk dibawa. Contoh e-money adalah BCA frizzi, e-money mandiri, BRI, Mega cash, dan sebagainya³³.

2. *E-wallet* merupakan subkategori dari e-money. Perbedaan antara keduanya adalah bahwa e-money menggunakan teknologi berbasis chip yang disematkan pada sebuah kartu, membuatnya lebih populer karena bentuk fisiknya, sehingga mudah digunakan dan memberikan rasa nyaman bagi pengguna. E-wallet di sisi lain bergantung pada teknologi server. Banyak digunakan saat ini untuk belanja online, pembelian dalam toko, pembelian pulsa, pembayaran tagihan BPJS, tagihan TV berbayar dan lain sebagainya.
3. *Peer To Peer Lending* adalah layanan pinjam meminjam uang yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan untuk membantu usaha kecil dan menengah yang tidak memiliki rekening bank. Ini adalah startup yang menyediakan platform pinjaman online. Aspek modal sering dianggap sebagai aspek terpenting dalam memulai bisnis. Ini memungkinkan individu yang membutuhkan dana untuk memulai atau memperluas bisnis mereka untuk mengakses jenis layanan pinjaman ini. Contoh startup peer too peer lending adalah uang teman, Friends busines, kredivo, dan lain sebagainya.³⁴
4. *Digital Payment System* atau sistem pembayaran digital adalah layanan pembayaran yang dilakukan secara daring atau digital. Contoh fintech jenis ini mencakup penyedia layanan pembayaran untuk tagihan listrik, pengisian pulsa, pembayaran kartu kredit, dan sebagainya secara daring. Beberapa sistem pembayaran digital yang dikenal di Indonesia termasuk OVO, GoPay, Dana, LinkAja, ShopeePay, dan lain-lain. Melalui sistem ini, pengguna dapat mendapatkan banyak manfaat mulai dari kemudahan dalam bertransaksi hingga penghematan biaya.
5. *Crowdfunding* adalah jenis startup yang memungkinkan mengumpulkan dana untuk berbagai akibat seperti korban bencana alam, korban perang dan pendanaan untuk proyek kreatif melalui penggunaan platform. Contoh

³³ Rian Ardianto, *Keuangan Bisnis* (Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2002), 64.

³⁴ Ibid, hlm. 64.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

peraturan tersebut adalah cita-cita ayo peduli, gandeng tanaman, dan lain-lain.³⁵

Menurut Otoritas Jasa Keuangan kelebihan dan refinansial teknologi adalah sebagai berikut: a) Melayani masyarakat Indonesia yang belum dapat dilayani oleh industri keuangan tradisional karena ketatnya peraturan perbankan dan adanya keterbatasan industri perbankan tradisional dalam melayani masyarakat daerah tertentu; dan b) Menjadi alternatif pendanaan selain jasa industri keuangan tradisional di mana memilih masyarakat memerlukan alternatif pembiayaan yang lebih mudah dan efisien³⁶.

Financial teknologi merupakan pihak yang tidak memiliki lisensi untuk memindahkan dana dan kurang mapan dalam menjalankan usahanya dengan modal yang besar jika dibandingkan dengan bank. Ada sebagian perusahaan financial teknologi yang belum memiliki kantor fisik, dan kurangnya pengalaman dalam menjalankan prosedur terkait sistem keamanan dan integritas produknya.

D. Manfaat Inovasi Pasar Syariah di Era Digital

Adapun manfaat inovasi pasar Syariah di era digital sebagai berikut:

1. Masyarakat tidak perlu melakukan sewa tempat untuk melakukan jual beli.
2. Penjual tidak perlu bagi karyawan sebanyak gaji yang ada pada toko offline.
3. Tidak memakan waktu lama karena dapat melakukan jual beli kapanpun dan di manapun berada.
4. Tidak menghabiskan banyak biaya dan tenaga karena tidak perlu berkunjung langsung ke toko.
5. Keuntungan yang diperoleh lebih banyak.
6. Dapat menawarkan harga yang lebih murah.
7. Tidak memerlukan modal yang besar untuk memulai
8. Tidak terlalu memikirkan uang kembalian.
9. Tidak perlu berkunjung ke bank untuk melakukan pembayaran saat transaksi.
10. Dapat menjangkau nasabah yang tidak dapat mengakses sistem perbankan.

³⁵ Ibid, hlm. 63.

³⁶ Nur Cahyadi dkk., *Bisnis Digital Sebuah Peluang Di Era Digital* (Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2022), 97.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

KESIMPULAN

Pasar syariah adalah sebuah pasar yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam yang bertujuan untuk menciptakan kesetaraan dalam transaksi ekonomi serta meminimalisir kemungkinan terjadinya ketidakadilan. Diantara prinsip-prinsip keuangan syariah yakni meliputi riba (tambahan nilai pada barang tertentu), gharar (penipuan), maysir (mendapat keuntungan tanpa kerja keras seperti judi, taruhan).

Perkembangan inovasi pasar syariah di era digital antara lain E-commerce dan finansial teknologi. Adanya inovasi pasar syariah di era digital memberikan manfaat yang sangat besar, masyarakat dapat melakukan transaksi secara online kapanpun dan dimanapun berada, sehingga dapat mengurangi biaya operasional berupa sewa gedung maupun gaji karyawan, memberikan harga lebih murah, keuntungan yang didapat lebih banyak, lebih hemat biaya, tenaga dan waktu, serta tidak memerlukan modal yang besar.

Inovasi pasar juga memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan keuangan syariah, yang memungkinkan penyediaan layanan yang lebih cepat, efisien, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan terus menerapkan inovasi-inovasi ini, keuangan syariah dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar kepada masyarakat.

REFERENSI

- Al-Baji. *Al Muntaha Sharh Al Mutawatta Juz Ke-1*. t.t.
- Al-Hushari, dan Ahmad Muhammad, Syaikh. *Tafsir Ayat-Ayat Ahkam*. Jakarta: Timur Pustaka Al-Kautsar, 2014.
- Al-Qur`an Dan Terjemahnya. *Al-Maidah*. Jawa Barat: CV. Penerbit Diponegoro, 2010.
- Ardianto, Rian. *Keuangan Bisnis*. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2002.
- Asyura, Leni Masnidar Nasution, dan Imam Muhardinata. *Multilevel Marketing Syariah Di Indonesia Dalam Perspektif Maqosit Syariah*. Yogyakarta: Sisi Budi Utama, 2021.
- Az Zuhaili, Wahbah. *Fiqih Imam Syafi'i*. Jakarta: Almahira, 2007.
- Az Zuhaili, Wahbah. *Fiqih Islam Wa Adilatuhu Jilid 5 Terjemah*. Jakarta: Gema Insani Press, 2011.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004.

Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan Keuangan Syariah Di Era Digital

- Bin Ismail Al Amir Assa'Ani, Muhammad. *Subulussalam Terjemahan Jilid 2*. Jakarta: Darussunnah, 2011.
- Cahyadi, Nur, Filipus Junianto, Alif Lukmanul Hakim, dan Fatih Fuadi. *Bisnis Digital Sebuah Peluang Di Era Digital*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2022.
- Hakim, Lukmanul, dan Recca Ayu Hapsari. *Financial Technology Law*. Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2022.
- Hashim Kamali, Muhammad. *Islamic Comercial Law; Analysis Of Future And Option*. Petaling Jaya: Ilmiah Publisher, 2022.
- Iamiati, Baiq, Sapii Imam Asrofi, Ikbal Fatoni, Feri Irawan, dan Agus Salihin. *Transaksi Dalam Ekonomi Islam*. Tasikmalaya: Edu Publisher, 2022.
- Kelly Sawlani, Dhiraj. *Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya: Scorpindo Media Pustaka, 2021.
- Kurniawan, Ari. "Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah." *JUSTITIA JURNAL HUKUM* 1, no. 1 (2017). <https://doi.org/10.30651/JUSTITIA.V1I1.601>.
- Misno, Abd. *Fikih Muamalah Al Maaliyah Hukum Ekonomi Dan Bisnis Syariah*. Yogyakarta: CV. Semesta Media, 2022.
- Muktamar, Ahmad, Muhmmad Subhan Iswahyudi, Amjad Salong, dkk. *Manajemen Pendidikan (Konsep, Tantangan, Dan Strategi Diera Digital)*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Naja, Daeng. *Bekal Bankir Syariah*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Naja, Daeng. *Fiqih Akad Notaris*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Narastri, Maulidah. "Financial Technology (Fintech) di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Islam." *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics* 2, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.31538/ijse.v2i2.513>.
- Parakkasi, Idrisi. *Pemasaran Syariah Era Digital*. Bogor: Lindan Bestari, 2020.
- Rante Rerung, Rinto. *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018.
- Simanihuruk, Peran, Zilfana Zilfana, Darwis Tamba, dkk. *Memahami Prilaku Konsumen (Strategi Pemasaran Yang Efektif pada Era Digital)*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Suyanto, M. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset, 2023.

**Inovasi Pasar Syariah Dalam Mendorong Perkembangan
Keuangan Syariah Di Era Digital**

Syahroni, Oni. *Ushul Fiqih Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.

Tony Robby Chandra Yudha, Ana, Muhammad Saifudin, Alfiah Fitriani Hilmi, dan Al Nafi Azzahra. *Fintech Syariah Dalam Sistem Industri Halal: Teori Dan Praktik*. Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021.

Wibawa, Indra. *Era Bisnis Online Underdog Vs Incumbent Bisnis*. Penakopihitam, 2019.