Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis
2025, Vol. 3, No. 1, pp. 7-14
E-ISSN: 3031-7150

Analisis Kelayakan Manajemen Bisnis Syariah di Era Digital

Rosita Ramadhani[1]✉, Abdur Rohman[2]
(1,2) Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Abstrak: Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek bisnis, termasuk bisnis syariah. Transformasi digital menjadi kebutuhan bagi perusahaan yang ingin tetap relevan dan kompetitif dalam industri yang terus berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan manajemen bisnis syariah dalam menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh digitalisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis literatur dan studi kasus terhadap perusahaan bisnis syariah yang telah mengadopsi teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi dalam bisnis syariah dapat meningkatkan efisiensi operasional,memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Faktor-faktor seperti pengoptimalan proses bisnis, peningkatan pengalaman pelanggan, pemanfaatan kecerdasan buatan, serta keamanan informasi menjadi aspek krusial dalam keberhasilan transformasi digital bisnis syariah. dari penelitian ini menegaskan bahwa manajemen bisnis syariah yang beradaptasi dengan era digital memiliki peluang besar untuk berkembang dan bersaing secara global. Strategi adaptasi yang tepat, seperti pembentukan tim digital, pelatihan karyawan, serta kemitraan strategis dengan perusahaan teknologi, menjadi kunci utama dalam memastikan keberlanjutan bisnis syariah di era digital.

Article history:
Received: 10 April 2025
Revised: 13 May 2025
Accepted: 11 June 2025
Published: 26 June 2025

Kata kunci:
era digital, bisnis syariah, transformasi digital, manajemen bisnis

Abstract: *The digital era has brought significant changes in various aspects of business, including sharia business. Digital transformation is a necessity for companies that want to remain relevant and competitive in an ever-growing industry. This study aims to analyze the feasibility of sharia business management in facing the challenges and opportunities offered by digitalization. The methods used in this study include literature analysis and case studies of sharia business companies that have adopted digital technology. The results of the study indicate that the application of technology in sharia business can improve operational efficiency, expand market reach, and strengthen compliance with sharia principles. Factors such as optimizing business processes, improving customer experience, utilizing artificial intelligence, and information security are crucial aspects in the success of digital transformation of sharia business. This study confirms that sharia business management that adapts to the digital era has a great opportunity to grow and compete globally. The right adaptation strategy, such as forming a digital team, employee training, and strategic partnerships with technology companies, are the main keys to ensuring the sustainability of sharia business in the digital era.*

Keyword:
digital era, islamic business, digital transformation, business management

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.

How to cite: Ramadhani, R., & Rohman, A. (2025). Analisis Kelayakan Manajemen Bisnis Syariah di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, *3*(1), 7–14. https://doi.org/10.70716/emis.v3i1.226

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara organisasi menjalankan aktivitas bisnis, termasuk dalam sektor ekonomi syariah. Digitalisasi tidak lagi dipahami sebagai pilihan tambahan, melainkan sebagai kebutuhan strategis untuk menjaga keberlanjutan usaha. Perubahan ini mencakup aspek manajemen, pemasaran, keuangan, hingga hubungan dengan konsumen. Dalam konteks bisnis syariah, transformasi digital harus berjalan seiring dengan pemenuhan prinsip syariah yang menekankan keadilan, transparansi, dan larangan praktik riba, gharar, serta maysir. Kondisi ini

✉ *Corresponding author:* ***rositaramadhani17@gmail.com***
Copyright © 2025, the author(s)

menuntut pendekatan manajerial yang tidak hanya adaptif terhadap teknologi, tetapi juga konsisten dengan nilai-nilai Islam.

Bisnis syariah memiliki karakteristik normatif dan etis yang membedakannya dari bisnis konvensional. Setiap aktivitas usaha harus berlandaskan akad yang sah, tujuan yang halal, serta mekanisme distribusi keuntungan yang adil. Di sisi lain, era digital menghadirkan pola bisnis baru berbasis platform, otomatisasi proses, dan pemanfaatan data dalam pengambilan keputusan. Perubahan ini berpotensi meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar, namun juga menghadirkan risiko baru, khususnya terkait kepatuhan syariah dan keamanan informasi. Oleh karena itu, manajemen bisnis syariah perlu memastikan bahwa adopsi teknologi tidak menggeser substansi nilai syariah yang menjadi fondasi utama kegiatan usaha (Sugianto, 2025).

Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis syariah berbasis digital. Tingginya tingkat penetrasi internet dan penggunaan perangkat seluler menciptakan peluang luas bagi pertumbuhan ekonomi digital syariah. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha syariah untuk menjangkau konsumen lintas wilayah, menekan biaya transaksi, serta meningkatkan kecepatan layanan. Beberapa studi menunjukkan bahwa pemasaran digital berperan signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis syariah di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Andirwan et al., 2023; Sari & Ronaldo, 2024).

Meskipun peluangnya besar, proses digitalisasi bisnis syariah tidak terlepas dari berbagai tantangan struktural dan manajerial. Tingkat literasi digital pelaku usaha syariah masih beragam. Tidak semua organisasi memiliki sumber daya manusia yang siap mengelola teknologi secara optimal. Selain itu, integrasi antara sistem digital dan prinsip syariah memerlukan pemahaman yang memadai terhadap aspek fikih muamalah dan regulasi yang berlaku. Tanpa kerangka manajemen yang jelas, transformasi digital berpotensi menimbulkan penyimpangan praktik usaha dari ketentuan syariah (Marom & Rafik, 2025).

Aspek regulasi juga menjadi faktor penting dalam menilai kelayakan manajemen bisnis syariah di era digital. Digitalisasi transaksi keuangan, penggunaan fintech, serta pengelolaan data konsumen memerlukan pengawasan yang ketat untuk menjamin kepatuhan terhadap hukum positif dan hukum Islam. Beberapa penelitian menegaskan bahwa dukungan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi akan memperkuat ekosistem ekonomi syariah digital dan meningkatkan kepercayaan masyarakat (Dahlia et al., 2024; Syah et al., 2024). Tanpa regulasi yang jelas dan implementatif, risiko ketidakpastian hukum dapat menghambat pertumbuhan bisnis syariah digital.

Transformasi digital juga memengaruhi pola manajemen internal organisasi bisnis syariah. Pemanfaatan teknologi informasi memungkinkan otomatisasi proses bisnis, pengelolaan keuangan yang lebih akurat, serta peningkatan kualitas pengambilan keputusan berbasis data. Dalam konteks ini, manajemen keuangan syariah dituntut untuk mampu memanfaatkan sistem digital tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian dan akuntabilitas. Annisa dan Albahi (2024) menekankan bahwa pengelolaan keuangan syariah berbasis digital dapat mendukung keberlanjutan bisnis apabila diiringi dengan sistem pengendalian internal yang memadai.

Selain aspek internal, hubungan bisnis syariah dengan konsumen juga mengalami perubahan signifikan akibat digitalisasi. Interaksi yang sebelumnya bersifat langsung kini banyak beralih ke platform digital. Kondisi ini menuntut peningkatan kualitas layanan, kejelasan informasi produk, serta transparansi akad yang ditawarkan kepada konsumen. Kepercayaan menjadi faktor kunci dalam bisnis syariah digital, karena konsumen tidak hanya menilai kualitas produk, tetapi juga kepatuhan usaha

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

terhadap nilai-nilai syariah. Penelitian Qothrunnada et al. (2023) menunjukkan bahwa transformasi digital lembaga keuangan syariah dapat meningkatkan kepercayaan publik apabila diiringi dengan komunikasi yang jelas dan sistem yang aman.

Keamanan informasi menjadi isu krusial dalam manajemen bisnis syariah di era digital. Penggunaan sistem daring meningkatkan risiko kebocoran data dan kejahatan siber yang dapat merugikan perusahaan dan konsumen. Dalam perspektif syariah, perlindungan data dan harta konsumen merupakan bagian dari tanggung jawab moral dan hukum pelaku usaha. Restika dan Sonita (2023) menegaskan bahwa manajemen risiko siber perlu menjadi bagian integral dari strategi bisnis syariah digital untuk menjaga stabilitas dan keberlanjutan usaha.

Digitalisasi bisnis syariah juga berkaitan erat dengan perubahan perilaku masyarakat. Konsumen semakin terbiasa dengan transaksi cepat, layanan berbasis aplikasi, dan kemudahan akses informasi. Kondisi ini mendorong pelaku bisnis syariah untuk menyesuaikan model usaha dan strategi pemasaran agar tetap relevan. Pemanfaatan media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi terkait nilai dan prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi (Rizqy et al., 2023). Dengan demikian, digitalisasi dapat menjadi sarana penguatan identitas bisnis syariah apabila dikelola secara tepat.

Beberapa kajian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital dalam bisnis syariah sangat ditentukan oleh kesiapan manajemen. Faktor kepemimpinan, kompetensi sumber daya manusia, serta komitmen organisasi terhadap prinsip syariah menjadi penentu utama kelayakan manajemen di era digital (Latifah et al., 2025; Maftuhah et al., 2025). Tanpa kesiapan tersebut, adopsi teknologi berisiko hanya bersifat formal dan tidak memberikan dampak signifikan terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa era digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi manajemen bisnis syariah. Transformasi digital berpotensi meningkatkan efisiensi, daya saing, dan jangkauan pasar, namun juga menuntut pengelolaan yang cermat agar tetap sejalan dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, analisis kelayakan manajemen bisnis syariah di era digital menjadi penting untuk menilai sejauh mana kesiapan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi dengan nilai-nilai Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan manajemen bisnis syariah dalam menghadapi era digital dengan meninjau aspek teknologi, strategi manajerial, dan kepatuhan syariah. Pendekatan yang digunakan difokuskan pada analisis literatur dan studi kasus sebagaimana telah dirumuskan dalam desain penelitian. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran sistematis mengenai posisi bisnis syariah dalam lanskap ekonomi digital serta menjadi rujukan bagi pengembangan strategi manajemen yang berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai kelayakan manajemen bisnis syariah dalam menghadapi era digital. Fokus penelitian tidak terletak pada pengukuran kuantitatif, melainkan pada analisis mendalam terhadap konsep, praktik, dan strategi manajerial yang diterapkan dalam bisnis syariah berbasis digital. Pendekatan kualitatif dinilai relevan

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

karena mampu menggambarkan realitas empiris secara sistematis tanpa mengubah fokus dan esensi penelitian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan yang dipadukan dengan studi kasus. Penelitian kepustakaan digunakan untuk menelaah teori, konsep, dan temuan ilmiah terkait manajemen bisnis syariah dan transformasi digital. Studi kasus digunakan untuk memahami praktik nyata penerapan teknologi digital pada bisnis syariah yang telah mengadopsi sistem digital dalam aktivitas operasionalnya. Kombinasi kedua jenis penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mengaitkan kerangka teoritis dengan kondisi empiris yang relevan.

Sumber data penelitian terdiri atas data sekunder. Data sekunder diperoleh dari buku ilmiah, artikel jurnal terakreditasi, serta publikasi akademik yang membahas manajemen bisnis syariah, digitalisasi ekonomi Islam, dan transformasi digital dalam sektor usaha. Seluruh sumber data yang digunakan telah tercantum dalam daftar pustaka penelitian ini. Penggunaan data sekunder dilakukan secara selektif untuk memastikan kesesuaian dengan fokus penelitian dan menjaga konsistensi analisis.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi. Peneliti mengumpulkan dan menelaah dokumen ilmiah yang relevan, kemudian mengklasifikasikan informasi berdasarkan tema penelitian. Proses ini mencakup identifikasi konsep manajemen bisnis syariah, bentuk penerapan teknologi digital, serta tantangan dan peluang yang muncul akibat digitalisasi. Studi dokumentasi memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang stabil dan dapat ditelusuri kembali, sehingga mendukung akurasi dan keandalan penelitian.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi. Analisis ini bertujuan untuk menafsirkan makna dari data yang telah dikumpulkan secara sistematis dan objektif. Tahapan analisis dimulai dengan reduksi data, yaitu memilih informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif yang terstruktur untuk memudahkan pemahaman hubungan antar konsep. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang konsisten dalam data.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan temuan dari berbagai literatur dan studi kasus yang berbeda namun memiliki fokus kajian yang serupa. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa analisis yang dihasilkan tidak bersifat parsial dan memiliki dasar akademik yang kuat. Konsistensi antar sumber menjadi indikator utama dalam menilai validitas temuan penelitian.

Batasan penelitian ditetapkan untuk menjaga fokus dan kedalaman analisis. Penelitian ini hanya membahas kelayakan manajemen bisnis syariah dalam konteks era digital, tanpa membahas aspek teknis pengembangan perangkat lunak atau evaluasi kinerja keuangan secara kuantitatif. Fokus analisis diarahkan pada kesiapan manajerial, pemanfaatan teknologi, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Pembatasan ini dilakukan agar penelitian tetap relevan dengan tujuan yang telah dirumuskan.

Objek penelitian mencakup praktik manajemen pada bisnis syariah yang telah menerapkan digitalisasi dalam operasionalnya. Analisis tidak difokuskan pada satu entitas tertentu, melainkan pada pola umum yang dapat diidentifikasi dari berbagai studi kasus yang tersedia dalam literatur.

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

Pendekatan ini memungkinkan generalisasi terbatas dalam kerangka konseptual tanpa menghilangkan konteks empiris yang mendasarinya.

Prosedur penelitian dilakukan secara bertahap dan sistematis. Tahap pertama adalah perumusan masalah dan tujuan penelitian berdasarkan fenomena digitalisasi bisnis syariah. Tahap kedua adalah pengumpulan data melalui studi kepustakaan dan dokumentasi. Tahap ketiga adalah analisis data menggunakan teknik analisis isi. Tahap terakhir adalah penyusunan laporan penelitian yang disusun secara logis dan konsisten dengan alur penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi digital pada era revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan bisnis. Pemanfaatan teknologi informasi, komputer, dan internet berkembang sangat cepat dan memengaruhi pola interaksi, komunikasi, serta transaksi masyarakat. Aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke bentuk digital, mulai dari proses pembelajaran, layanan keuangan, hingga kegiatan perdagangan barang dan jasa. Perubahan ini juga berdampak langsung pada model bisnis dan sistem manajemen yang diterapkan oleh pelaku usaha, termasuk bisnis syariah.

Dalam konteks bisnis, digitalisasi ditandai dengan meningkatnya penggunaan platform daring, aplikasi berbasis internet, serta sistem pembayaran elektronik. Fenomena ini terlihat dari pesatnya perkembangan e-commerce dan layanan berbasis aplikasi yang memungkinkan proses jual beli, pertukaran informasi, dan pemesanan jasa dilakukan secara cepat dan efisien. Proses transaksi tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Bahkan transaksi bernilai kecil hingga besar, termasuk perdagangan saham dan sekuritas, dapat diakses secara digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi infrastruktur utama dalam aktivitas ekonomi modern.

Perkembangan teknologi digital juga ditunjang oleh kemajuan mobile technology, ketersediaan akses internet yang semakin luas, serta penggunaan teknologi cloud dalam pengelolaan data dan sistem informasi. Teknologi ini memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengelola operasional bisnis, menyimpan data, serta mengakses informasi secara real time. Dalam ekonomi digital, kecepatan dan akurasi informasi menjadi faktor penting yang memengaruhi daya saing usaha. Oleh karena itu, adopsi teknologi digital menjadi kebutuhan strategis bagi pelaku bisnis yang ingin bertahan dan berkembang.

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi digital karena jumlah pengguna internet yang terus meningkat. Kondisi ini membuka peluang luas bagi digitalisasi bisnis, termasuk bisnis syariah. Namun, potensi tersebut perlu diimbangi dengan kesiapan manajemen dan pemahaman yang memadai terhadap karakteristik bisnis syariah. Digitalisasi tidak hanya dipahami sebagai penggunaan teknologi, tetapi juga sebagai perubahan sistem manajemen dan pola interaksi dengan konsumen. Tanpa pengelolaan yang tepat, digitalisasi berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian dengan prinsip-prinsip syariah.

Bisnis syariah pada dasarnya memiliki landasan nilai dan aturan yang membedakannya dari bisnis konvensional. Setiap aktivitas usaha harus didasarkan pada akad yang sah dan tujuan yang halal. Dalam praktik bisnis digital, penerapan prinsip syariah tetap harus dijaga, meskipun media dan mekanisme transaksi mengalami perubahan. Digitalisasi bisnis syariah harus memastikan bahwa tidak terdapat unsur riba, gharar, dan maysir dalam setiap transaksi yang dilakukan. Oleh karena itu, manajemen bisnis

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

syariah dituntut untuk mampu mengintegrasikan teknologi digital dengan prinsip-prinsip syariah secara konsisten.

Digitalisasi bisnis memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan bisnis syariah. Salah satu manfaat utama adalah peningkatan efisiensi operasional. Pemanfaatan sistem digital memungkinkan otomatisasi proses bisnis, pengurangan biaya administrasi, serta peningkatan kecepatan layanan. Proses pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, dan pelaporan dapat dilakukan secara lebih akurat dan terstruktur. Kondisi ini mendukung penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas yang menjadi bagian penting dalam bisnis syariah.

Selain efisiensi, digitalisasi juga berperan dalam memperluas jangkauan pasar bisnis syariah. Melalui platform digital, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen lintas wilayah tanpa harus membuka cabang fisik. Hal ini memberikan peluang bagi bisnis syariah untuk berkembang secara lebih luas dan bersaing di pasar yang lebih besar. Pemasaran digital memungkinkan penyampaian informasi produk dan layanan secara lebih efektif, sekaligus menjadi sarana edukasi bagi masyarakat mengenai konsep dan nilai bisnis syariah.

Namun, digitalisasi bisnis syariah juga menghadirkan tantangan yang perlu dikelola dengan baik. Salah satu tantangan utama adalah kesiapan sumber daya manusia. Tidak semua pelaku bisnis syariah memiliki literasi digital yang memadai. Keterbatasan pemahaman terhadap teknologi dapat menghambat proses transformasi digital dan mengurangi efektivitas penerapannya. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan digitalisasi bisnis syariah.

Tantangan lain yang dihadapi adalah aspek keamanan informasi. Penggunaan sistem digital meningkatkan risiko kebocoran data dan kejahatan siber. Dalam perspektif bisnis syariah, perlindungan data konsumen dan keamanan transaksi merupakan bagian dari tanggung jawab moral dan profesional pelaku usaha. Manajemen bisnis syariah perlu menerapkan sistem pengamanan yang memadai untuk menjaga kepercayaan konsumen dan memastikan keberlanjutan usaha.

Dalam praktik bisnis online berbasis syariah, terdapat berbagai jenis akad yang dapat diterapkan sesuai dengan karakteristik transaksi. Akad jual beli kontan digunakan untuk transaksi langsung dengan pembayaran dan penyerahan barang secara segera. Akad salam digunakan dalam transaksi pemesanan barang dengan pembayaran di muka. Akad ji'alah diterapkan dalam sistem pemberian upah atas suatu pekerjaan tertentu. Akad ijarah digunakan dalam transaksi sewa, sedangkan akad mudharabah dan musyarakah diterapkan dalam bentuk kerja sama usaha. Selain itu, transaksi jual beli saham, valuta asing, dan sistem pemasaran berjenjang juga dapat dilakukan selama memenuhi ketentuan syariah.

Penerapan akad-akad tersebut dalam sistem digital memerlukan pemahaman yang baik agar tidak terjadi penyimpangan praktik. Kejelasan akad, transparansi informasi, serta kesepakatan yang adil antara pihak-pihak yang terlibat menjadi aspek penting dalam menjaga kepatuhan syariah. Digitalisasi tidak mengubah substansi akad, tetapi hanya mengubah media dan mekanisme pelaksanaannya. Oleh karena itu, manajemen bisnis syariah perlu memastikan bahwa setiap transaksi digital tetap memenuhi rukun dan syarat akad sesuai ketentuan syariah.

Nilai etika dalam bisnis syariah juga menjadi aspek penting dalam pembahasan ini. Praktik bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah menunjukkan pentingnya kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam berdagang. Rasulullah dikenal sebagai pedagang yang jujur, transparan, dan tidak mengambil keuntungan secara berlebihan. Nilai-nilai tersebut relevan untuk diterapkan dalam bisnis syariah digital,

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

terutama dalam hal penyampaian informasi produk, penetapan harga, dan pelayanan kepada konsumen.

Dalam konteks kebijakan nasional, dukungan terhadap digitalisasi ekonomi syariah juga menjadi faktor pendukung pengembangan bisnis syariah. Pernyataan Wakil Presiden Ma'ruf Amin mengenai pentingnya digitalisasi ekonomi syariah menunjukkan adanya perhatian pemerintah terhadap penguatan sektor ini. Digitalisasi dinilai mampu menjadi solusi atas penurunan kinerja penjualan produk industri halal, mempercepat proses audit sertifikasi halal, serta meningkatkan pengelolaan keuangan sosial syariah seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf melalui sistem daring.

Pembayaran ZISWAF secara online memberikan kemudahan bagi masyarakat dan meningkatkan potensi penghimpunan dana sosial syariah. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berdampak pada aspek komersial, tetapi juga pada penguatan fungsi sosial ekonomi syariah. Manajemen bisnis syariah yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil analisis, dapat dipahami bahwa digitalisasi bisnis syariah merupakan proses yang kompleks dan multidimensional. Digitalisasi memberikan peluang besar dalam meningkatkan efisiensi, daya saing, dan jangkauan pasar. Namun, keberhasilannya sangat bergantung pada kesiapan manajemen, kualitas sumber daya manusia, serta komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah. Tanpa pengelolaan yang cermat, digitalisasi berpotensi menimbulkan risiko yang dapat mengganggu keberlanjutan usaha.

Oleh karena itu, hasil dan pembahasan ini menegaskan bahwa manajemen bisnis syariah di era digital perlu menerapkan pendekatan yang seimbang antara inovasi teknologi dan kepatuhan syariah. Digitalisasi harus dipahami sebagai sarana untuk memperkuat nilai dan tujuan bisnis syariah, bukan sebagai tujuan itu sendiri. Dengan strategi manajemen yang tepat, bisnis syariah memiliki peluang besar untuk berkembang dan bersaing secara berkelanjutan di tengah dinamika ekonomi digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa manajemen bisnis syariah memiliki tingkat kelayakan yang tinggi untuk dikembangkan di era digital. Transformasi digital memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar, serta peningkatan kualitas layanan kepada konsumen. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku bisnis syariah untuk mengelola proses usaha secara lebih terstruktur, transparan, dan akuntabel, sejalan dengan prinsip-prinsip dasar syariah.

Namun, kelayakan tersebut tidak terlepas dari sejumlah prasyarat manajerial yang harus dipenuhi. Kesiapan sumber daya manusia menjadi faktor penentu utama dalam keberhasilan digitalisasi bisnis syariah. Literasi digital, pemahaman akad syariah, serta kemampuan mengelola sistem berbasis teknologi perlu ditingkatkan secara berkelanjutan. Selain itu, manajemen bisnis syariah harus mampu memastikan bahwa seluruh proses digital tetap bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir, serta menjunjung tinggi nilai keadilan dan kejujuran.

Aspek keamanan informasi dan perlindungan data konsumen juga menjadi bagian penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis syariah digital. Penerapan sistem pengamanan yang memadai tidak hanya berfungsi sebagai langkah teknis, tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab moral pelaku usaha.

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

Dukungan regulasi dan kebijakan pemerintah turut memperkuat ekosistem digitalisasi ekonomi syariah, baik dalam sektor komersial maupun sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Andirwan, A., Putra, R. A., & Sari, M. P. (2023). Strategi pemasaran digital: Inovasi untuk memaksimalkan penjualan produk konsumen di era digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, *2*(1), 155–166.

Annisa, R., & Albahi, M. (2024). Manajemen keuangan syariah untuk optimalisasi keberlanjutan bisnis di era digital. *At-Tajdid*, *4*(3). https://doi.org/10.24014/at-tajdid.v4i3.35117

Churin, I. (2025). Shopee SPayLater syari'ah business management in the perspective of the Qur'an. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, *6*(2). https://doi.org/10.59729/alfatih.v6i2.118

Dahlia, D., Srimauludiyah, S., Arifin, T., & rekan. (2024). Dampak perkembangan teknologi dan digitalisasi dalam bisnis syariah: Analisis sosiologi hukum terhadap perubahan pada praktik transaksi keuangan Islam. *El-Mal*, *5*(4). https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.971

Latifah, F. N., Oftariana, F. M., & Anjani, K. L. (2025). Digital transformation in sharia cooperative management: Implementation, opportunities, and challenges in the modern digital era. *International Journal of Economics and Islamic Research Cooperation*, *2*(2). https://doi.org/10.61796/ijeirc.v2i2.316

Maftuhah, M., Muhlis, M., Permanasari, L., & rekan. (2025). Exploring the potential of the sharia economy in the midst of the digital revolution. *Adilla*, *8*(2). https://doi.org/10.52166/adilla.v8i2.8659

Marom, N., & Rafik, Z. (2025). Digitalisasi ekonomi Islam: Peluang dan tantangan transformasi syariah di era digital. *Iltizam*, *3*(1). https://doi.org/10.35316/iltizam.v3i1.7283

Qothrunnada, N. A., Fadilah, R., & Hidayat, M. (2023). Transformasi digital lembaga keuangan syariah: Peluang dan implementasinya di era industri 4.0. *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, *4*(3), 741–756.

Restika, R., & Sonita, E. (2023). Tantangan keamanan siber dalam manajemen likuiditas bank syariah: Menjaga stabilitas keuangan di era digital. *Krigan: Journal of Management and Sharia Business*, *1*(2), 25–36.

Rizqy, M., Hidayatullah, R., & Anwar, S. (2023). Pengaruh media teknologi informasi modern terhadap aktivitas dakwah di era revolusi industri 4.0. *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, *1*(1), 22–42.

Sari, Y. A., & Ronaldo, R. (2024). Peran pemasaran digital dalam mengembangkan bisnis syariah di era digital. *Jurnal E-Bis*, *8*(1). https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i1.1555

Suandhana, U. P., & Arif, Z. (2025). Analisis etika bisnis Islam zaman Dinasti Umayyah terhadap praktik bisnis online di Indonesia. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *4*(3). https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i3.7623

Sugianto, E. (2025). *Perbankan syariah: Konsep dasar, prinsip syariah, dan implementasinya*. PT Penerbit Qriset Indonesia.

Syah, M. I., Piranda, K., Anes, M. R., & rekan. (2024). Sharia economic transformation in the era of industrial revolution 4.0. *Rihlah*, *1*(2). https://doi.org/10.61166/rihlah.v1i2.20

Wati, D. I., & Fasa, M. I. (2024). Analisis pentingnya meningkatkan strategi pemasaran syariah di era digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi Syariah*, *3*(2). https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i2.68

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.