

# **EKONOMI DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN MASA DEPAN TERHADAP EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA**

**Shinta Maharani**

*Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*

**Miftahul Ulum**

*Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*

Email: maharani@iainponorogo.ac.id

## **Abstract**

The emergence of technological innovation and economic digitalization through social media or shopping applications affects the economic and social activities of the community. The economic system has changed from conventional manual to modern one. A simple conception of a digital economy is part of economic output that incorporates internet-based multipurpose technology applied in a varied digital business model of goods or services. Islamic economy support for the growth of financing through the digital economy and empowerment by the Islamic economy, it needs to be encouraged and maximized its role in e-commerce. Principle based regulation can be one of the roles that can be taken in developing halal product innovations that are trending through the digital economy platform. With this technology, it is expected to be able to improve the sector of Islamic economy growth in Indonesian society. The Islamic economy is expected to be a bridge in the direction of financial inclusion in the digital economy, such as; (a) platform affordability in the unbanked segment, (b) strong collaboration between Islamic financial service providers through the digital economy, (c) widespread digitalized sharia banking practices, and (d) media for regulators of Islamic economy development, and (e) ladder to no longer be at the level of Small Enterprise but through startup. This study uses quantitative approach with Muslim Indonesian as populations, samples are taken randomly using questionnaire as research instrument, then tested by statistical methods. Finding of this paper show that efforts to foster entrepreneurship, innovation, and economic growth, can be an opportunity to expand access, especially to Islamic economy inclusion. In addition, the digital economy is also expected to be a vehicle for sharing information in improving public services, funds or social services and new technologies that are expected to have an opportunity to provide prime, fast and affordable Islamic economy services to all levels of society and makes economy activity efficiency and effectiveness.

**Keywords:** islamic economy, digital economy, economic growth.

## **Abstrak**

Munculnya inovasi teknologi dan digitalisasi ekonomi melalui media sosial ataupun *shopping application* mempengaruhi aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat. Sistem ekonomi berubah dari manual konvensional menjadi lebih modern. Konsepsi sederhana tentang perekonomian digital, meskipun belum baku adalah merupakan bagian dari output ekonomi yang menggabungkan teknologi multiguna berbasis internet yang diterapkan dalam model bisnis barang atau jasa digital yang variatif. Dukungan ekonomi syariah terhadap pertumbuhan pembiayaan melalui ekonomi digital serta pemberdayaan ekonomi nasional oleh ekonomi syari'ah perlu didorong dan dimaksimalkan perannya dalam perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*). *Principle based regulation* dapat menjadi salah satu peran yang dapat diambil

dalam mengembangkan inovasi produk syari'ah yang sedang *trend* melalui *platform* ekonomi digital. Dengan teknologi tersebut diharapkan mampu meningkatkan sektor pertumbuhan ekonomi syariah pada masyarakat Indonesia, yang dengannya, ekonomi syariah diharapkan sebagai jembatan sarana guna menuju inklusi keuangan dalam ekonomi digital, seperti; (a) keterjangkauan *platform* dalam segmen *unbanked*, (b) kuatnya kolaborasi antara penyedia jasa keuangan syariah melalui ekonomi digital, (c) meluasnya praktik perbankan syariah yang *digitalize*, dan (d) media bagi para regulator pengembangan ekonomi syariah, serta (e) tangga untuk tidak lagi pada tataran UMKM melainkan melalui *startup*. Upaya menumbuhkan *entrepreneurship*, inovasi dan pertumbuhan ekonomi, dapat menjadi peluang guna memperluas akses terutama pada inklusi ekonomi syariah. Selain itu ekonomi digital juga diharapkan sebagai wahana sharing informasi dalam meningkatkan layanan public dan atau layanan sosial serta teknologi baru yang diharapkan kehadirannya dapat kesempatan guna memberikan pelayanan ekonomi syariah prima, cepat dan terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

**Kata Kunci:** ekonomi digital, ekonomi syariah, pertumbuhan ekonomi.

## I. PENDAHULUAN

Munculnya inovasi teknologi dan digitalisasi ekonomi melalui media sosial ataupun *shopping application* mempengaruhi aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat. Sistem ekonomi berubah dari manual konvensional menjadi lebih modern. Konsepsi sederhana tentang perekonomian digital, meskipun belum baku adalah merupakan bagian dari output ekonomi yang menggabungkan teknologi multiguna berbasis internet yang diterapkan dalam model bisnis barang atau jasa digital yang variatif. Dukungan ekonomi syariah terhadap pertumbuhan pembiayaan melalui ekonomi digital serta pemberdayaan ekonomi nasional oleh ekonomi syari'ah perlu didorong dan dimaksimalkan perannya dalam perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*). *Principle based regulation* dapat menjadi salah satu peran yang dapat diambil dalam mengembangkan inovasi produk syari'ah yang sedang *trend* melalui *platform* ekonomi digital. Dengan teknologi tersebut diharapkan mampu meningkatkan sektor pertumbuhan ekonomi syariah pada masyarakat Indonesia, yang dengannya, ekonomi syariah diharapkan sebagai jembatan sarana guna menuju inklusi keuangan dalam ekonomi digital, seperti; (a) keterjangkauan *platform* dalam segmen *unbanked*, (b) kuatnya kolaborasi antara penyedia jasa keuangan syariah melalui ekonomi digital, (c) meluasnya praktik perbankan syariah yang *digitalize*, dan (d) media bagi para regulator pengembangan ekonomi syariah, serta (e) tangga untuk tidak lagi pada tataran UMKM melainkan melalui *startup*. Upaya menumbuhkan *entrepreneurship*, inovasi, dan pertumbuhan ekonomi, dapat menjadi peluang guna memperluas akses terutama pada inklusi ekonomi syariah. Selain itu ekonomi digital juga diharapkan sebagai wahana sharing informasi dalam meningkatkan layanan publik dana atau layanan sosial serta teknologi baru yang diharapkan kehadirannya dapat kesempatan guna memberikan pelayanan ekonomi syariah prima, cepat dan terjangkau oleh semua lapisan masyarakat. Belanja produk dengan cara pemanfaatan pasar *e-commerce* merupakan salah satu contoh bentuk kemudahan aktifitas masyarakat di bidang ekonomi digital. Aktifitas ini menjadikan efisiensi dan efektifitas waktu di sela-sela aktivitas pekerjaan yang menyita perhatian dan ekstra tenaga, meskipun demikian, realitasnya, tidak seluruh masyarakat merasakan kemudahan dan terbantu dengan menggunakan aplikasi ekonomi digital ataupun

promosi produk melalui media sosial, hal ini dikarenakan keterjangkauan teknologi ekonomi digital yang belum dimanfaatkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Guna mengetahui serta menganalisis fenomena tersebut, maka dipandang pentingnya penelitian lanjut terkait hal ini, terutama kebijakan ekonomi syariah berdasarkan klasifikasi standar serta penerapannya.

## **II. RUMUSAN MASALAH**

Rumusan masalah pada paper ini diuraikan berikut ini:

1. Bagaimana pengaruh ekonomi digital terhadap peluang masa depan ekonomi syariah?
2. Bagaimana pengaruh ekonomi digital terhadap tantangan masa depan ekonomi syariah?
3. Bagaimana pengaruh ekonomi digital terhadap tantangan dan peluang masa depan ekonomi syariah secara simultan?

## **III. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari paper ini diuraikan berikut ini:

1. Untuk menganalisis pengaruh ekonomi digital terhadap peluang masa depan ekonomi syariah
2. Untuk menganalisis pengaruh ekonomi digital terhadap tantangan masa depan ekonomi syariah
3. Untuk menganalisis pengaruh ekonomi digital terhadap peluang dan tantangan masa depan ekonomi syariah?

## **IV. TINJAUAN PUSTAKA**

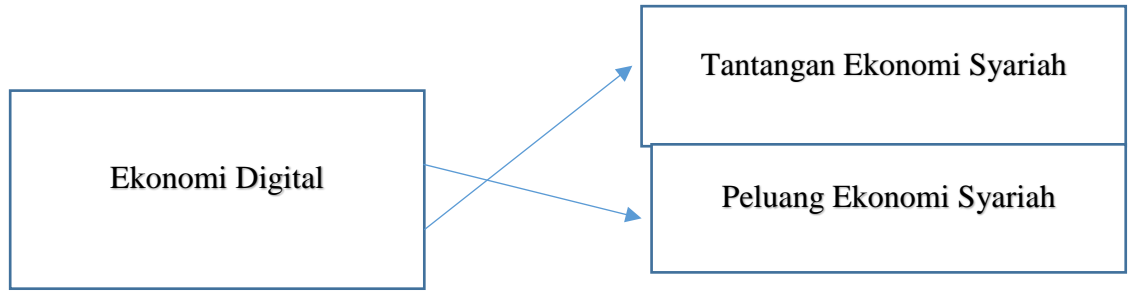
Kotler berpendapat bahwa terdapat hal yang mempengaruhi volume penjualan yaitu dengan adanya aplikasi *online* yang terhubung melalui jaringan *internet* dimana konsumen dan pelaku bisnis dapat dengan mudah berinteraksi antara secara langsung, (Philip Kotler: 2005; 2). Sementara itu, menurut Basu Swastha, terdapat tiga hal yaitu: jenis barang, harga, distribusi dan promosi merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan, (Basu Swastha: 2001; 127-128). Adapun menurut Daryanto, promosi yaitu satu arah arus informasi yang mengarahkan organisasi atau seseorang dengan tujuan mempengaruhi penjualan, (Ayu Sri Rahayu: 2018; 6). Sedangkan menurut Danang Sunyoto, promosi merupakan kombinasi atas periklanan, publisitas, tatap muka dalam penjualan, hubungan masyarakat dan promosi penjualan, dengan tujuan volume penjualan suatu perusahaan dapat meningkat. (Danang Sunyoto: 2015; 152). Hal ini mengindikasikan bahwa ekonomi digital membuat media promosi memiliki jangkauan yang lebih luas. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Basu Swastha bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh pemberian hadiah, promosi, kampanye, dan peragaan, (Basu Swastha: 2001; 131). Berdasarkan teori-teori yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa bila masyarakat memanfaatkan aplikasi digital baik melalui media sosial maupun aplikasi belanja maka aktivitas ekonomi meningkat. Riset global *Bloomberg* menyampaikan bahwa pada tahun 2020 terdapat lebih dari setengah masyarakat Indonesia kemungkinan melibatkan diri pada aktivitas *e-commerce*. (Liputan6.com: 2019 jam 09.35). Hal

ini sejalan dengan analisis *Ernst & Young*, dalam penelitiannya mengemukakan bahwa di Indonesia setiap tahunnya, pertumbuhan nilai penjualan ekonomi digital meningkat sekitar 40 persen. Pada tahun 2020 akan meningkatkan Pendapatan Domestik Bruto senilai 22 persen, melalui revolusi bisnis *online* Indonesia. (Kominfo.go.id:2019). Berdasarkan pemaparan data tersebut maka diperlukan penelitian guna menjelaskan kesenjangan yang sesungguhnya dirasakan masyarakat dalam aktivitas ekonomi digital, mengingat potensi perkembangan aplikasi digital baik melalui media sosial maupun aplikasi belanja besar peluangnya untuk menunjang perkembangan industri ekonomi digital *online* di Indonesia melalui ekonomi syariah. Dari hal tersebut, penulis mengajukan paper dengan mengambil judul “Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia”

Instrumen baku guna penilaian ekonomi digital ini adalah *website quality*, melalui beberapa indikator-indikator yang digunakan: (Ni Made Savitri dan Ni Nyoman Kerti: 2012; 332)

1. *Web information quality*. Konsep ini diartikan sebagai kualitas informasi yang disajikan dalam *website* yang kemudian dinilai oleh pelanggan.
2. *Web interaction quality*. yaitu sifat interaktif dan kemudahan penggunaan *website* yang akan dinilai oleh pelanggan.
3. *Site design quality* adalah *interface website* yang dinilai oleh pelanggan terhadap visualisasi dalam bentuk tampilan *website*.
4. *Reliability* (Keandalan). Dapat diartikan menjadi keandalan layanan aplikasi *online* dalam memberikan layanan seperti yang dijanjikan, dengan ini kemudian pelanggan akan memberikan penilaian.
5. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu layanan aplikasi yang efektif dalam merespon *online* dan secara tanggap mampu menangani masalah yang dihadapi oleh pelanggan terkait dengan ekonomi digital.
6. *Assurance* (Jaminan) adalah segala proses transaksi layanan aplikasi *online* dengan jaminan keamanan terhadap data pelanggan, kemudian user melakukan penilaian terhadap hal ini.
7. *Emphaty* (Perhatian) diartikan sebagai layanan aplikasi *online* dalam penyediaan perhatian secara individual lalu dengannya dilakukan penilaian pelanggan

**V. KERANGKA BERPIKIR**



Dari kerangka berpikir diatas, maka diperoleh hipotesis sebagaimana diuraikan dibawah ini:

1.  $H_0$  = Ekonomi digital tidak berpengaruh terhadap peluang masa depan ekonomi syariah
2.  $H_a$  = Terdapat pengaruh ekonomi digital terhadap peluang masa depan ekonomi syariah
3.  $H_0$  = Tidak ada pengaruh ekonomi digital terhadap tantangan masa depan ekonomi syariah
4.  $H_a$  = Ada pengaruh ekonomi digital terhadap tantangan masa depan ekonomi syariah
5.  $H_0$  = Tidak ada pengaruh ekonomi digital terhadap tantangan dan peluang masa depan ekonomi syariah secara simultan
6.  $H_a$  = Ada pengaruh ekonomi digital terhadap tantangan dan peluang masa depan ekonomi syariah secara simultan

**VI. METODOLOGI**

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif, dengan jumlah populasi tanpa batas, sampel diambil secara acak memakai angket kuisioner sebagai instrumen penelitian. Sampel kemudian diuji dengan metode statistik. (Andhita Dessy Wulandari: 2017;10-11). Dalam penelitian ini, digunakan tiga variabel penelitian yang diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

1. Variabel dependen pada penelitian ini (Y1) yaitu Peluang Ekonomi Syariah dan (Y2) Tantangan Masa Depan Ekonomi Syariah
  2. Variabel independen dalam penelitian ini  $X_1$  Ekonomi Digital
- Dalam penelitian ini penyusunan instrumen variabel independen dan dependen, diuraikan sebagai berikut: (V Wiratna Sujarweni: 2015; 80).

**Tabel 1 Definisi Operasional**

| Variabel  | Indikator                         | Butir Soal   | Sumber  |
|---|-----------------------------------|--|---|
| Ekonomi Digital/<br>Shopping online application ( $X_1$ ) | 1. <i>Web information quality</i> | Bentuk ekonomi digital/ aplikasi belanja <i>online</i> didesainnya mudah dimengerti dan jelas.           | Anggrae ni, Ni Made Savitri dan Ni Yasa, Nyoman |
|   | 2. <i>Web interaction quality</i> | Tampilan ekonomi digital/ aplikasi belanja <i>online</i> menarik dan informatif sehingga mudah digunakan |   |

|  |                               |   |              |
|--|-------------------------------|---|--------------|
|  | 3. <i>Site design quality</i> | Informasi desain transaksi ekonomi digital/ aplikasi <i>online</i> mudah diunduh dan dipahami   | Kerti, 2012. |
|  | 4. <i>Reliability</i>         | Kesesuaian antara kebutuhan riil masyarakat dibandingkan menu-menu yang terdapat transaksi ekonomi digital/ aplikasi <i>online</i>                  |              |
|  | 5. <i>Responsiveness</i>      | Ekonomi digital/ aplikasi <i>online</i> dengan cepat dapat diakses kapanpun dan dimanapun   |              |
|  | 6. <i>Assurance</i>           | Ketenangan dalam melakukan transaksi Ekonomi digital/ Aplikasi <i>online</i> memiliki tingkat keamanan yang baik sehingga tidak ada kekhawatiran    |              |
|  |                               | Jaminan dalam kerahasiaan informasi personal pada Ekonomi digital/ Aplikasi <i>online</i> ataupun kegiatan transaksi yang dilakukan oleh masyarakat |              |
|  | 7. <i>Emphaty</i>             | Open akses 24 jam pada Ekonomi digital/ Aplikasi belanja <i>online</i>  |              |
|  |                               | Ekonomi digital/ Aplikasi belanja <i>online</i> tidak pernah <i>error</i> ketika dimanfaatkan masyarakat  |              |

Melalui data primer berupa wawancara dan angket kuesioner, diharapkan data dapat diperoleh dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan guna mencari informasi<sup>1</sup> terkait kemungkinan peluang dan kendala yang dihadapi oleh masyarakat dalam menghadapi tantangan dan peluang ekonomi digital. Kuesioner digunakan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel dalam penelitian.

## **VII. TEKNIK ANALISIS DATA**

Beberapa langkah dijalani guna menganalisis data kuantitatif, sebagai berikut:

### 1. Uji Instrumen .

Korelasi *Pearson Product Moment*, digunakan dalam pengujian validitas dalam penelitian ini. Untuk pengukuran reliabilitas pada paper ini, penulis mengambil *Cronbach Alpha*, karena variabel yang dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

### 2. Uji Asumsi Klasik.

Bila kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), dalam model regresi linier berganda tercapai maka model tersebut dapat dikatakan baik dan asumsi klasik dapat terpenuhi. Terdapat syarat-syarat dalam uji asumsi klasik antara lain: uji autokorelasi, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji linieritas, uji normalitas (Wulandari: 2017; 55).

3. Analisis Korelasi Ganda

Analisa korelasi *Pearson Product Moment* digunakan sebagai uji korelasi ganda dalam penelitian ini, korelasi bersifat positif bila *pearson correlations* serta  $r$  hitung nilainya positif.

4. Koefisien Determinasi

Guna mengetahui persentase pengaruh  $e$  secara simultan terhadap variabel dependen maka uji koefisien determinasi dipakai dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi pada paper ini dilihat dari nilai  $R$  square dan *Adjust R Square* pada tabel *model summary*.<sup>2</sup>

5. Uji Hipotesis

Uji  $t$  pada penelitian ini dipakai guna menjelaskan apakah variabel ( $X_1$ ) Ekonomi Digital secara individual mempengaruhi variabel dependen pada paper ini yaitu: ( $Y_1$ ) Peluang Ekonomi Syariah dan apakah variabel ( $X_1$ ) Ekonomi Digital secara individual mempengaruhi variabel dependen yang lain pada paper ini ( $Y_2$ ) Tantangan Masa Depan Ekonomi Syariah. Uji  $F$  dalam paper ini digunakan untuk menjelaskan apakah variabel ( $X_1$ ) Ekonomi Digital mempengaruhi variabel dependen dalam paper ini ( $Y_1$ ) Peluang Ekonomi Syariah dan ( $Y_2$ ) Tantangan Masa Depan Ekonomi Syariah secara simultan (bersama-sama).

## **VIII. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pengaruh Ekonomi Digital terhadap Peluang Masa Depan Ekonomi Syariah.**

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan berbagai pembaharuan pada berbagai lini kehidupan, perbankan syariah dan atau wirausaha syariah termasuk didalamnya. Ekonomi syariah diharapkan mampu menjawab peluang tersebut pada tataran praktis dalam merintis dan mengelola usaha wirausaha syariah sebagai antisipasi terhadap terbatasnya lapangan pekerjaan. Digital ekonomi saat ini memberi peluang ekonomi Syariah agar mampu berkiprah secara maksimal, terutama pada wilayah perbankan Syariah yang mulai menunjukkan geliatnya. Kemudahan, kenyamanan, kecepatan, efisiensi, keamanan dan fleksibilitas transaksi ekonomi diharapkan mampu didapatkan dari penggunaan ekonomi digital sehingga, masyarakat luas tetap mampu menjalankan usahanya meskipun mereka memiliki mobilitas tinggi. Aktivitas ekonomi seperti transaksi *payment online* selain mudah karena dapat dilakukan sendiri oleh penjual/produsen maupun dari pembeli/konsumen yang semuanya termasuk dalam wirausahawan syariah, juga dapat melibatkan pihak perbankan syariah, artinya kedua belah pihak memiliki kemudahan akses guna melakukan transaksi dengan tujuan kegiatan perekonomian syariah meningkat secara berkala.

Sesuai hasil pengujian sebelumnya maka diperoleh nilai signifikansi variabel sebesar  $0,00 < 0,05$  serta didapat nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $3.756 > 1,6595$  sehingga,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa variabel ekonomi digital berpengaruh secara parsial terhadap peluang ekonomi Syariah guna memperlebar dan mengempakkan sayapnya.

Sementara itu ekonomi digital memiliki akses selama 24 jam, hal ini dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun artinya, ruang pemakaian aplikasi ekonomi digital fleksibel dan sangat luas sehingga siapapun yang menghendaki transaksi dapat dengan segera melakukannya serta saat itu juga bisa membayar. Dalam sistem penjualan konvensional peluang seperti ini sulit kita temukan karena konsumen wajib pergi ke pasar ataupun toko dan bila sistem transfer yang dikehendaki dalam pembayaran maka pembeli wajib datang ke bank dan atau melalui ATM. Pada umumnya pembeli/konsumen merasa enggan, apalagi bila mereka mempunyai aktivitas penting yang sulit untuk ditinggalkan sehingga kemungkinan kegagalan transaksi pembelian semakin meningkat.

Ekonomi digital ini secara bertahap mengantisipasi hal tersebut berupaya menjaga kepercayaan konsumen/pembeli dengan memberikan kesan yang baik guna membentuk kepercayaan antara kedua belah pihak sehingga transaksi dan aktivitas ekonomi syariah dapat meningkat serta peluangnya dapat dimanfaatkan secara optimal.

## **2. Pengaruh ekonomi digital terhadap tantangan masa depan ekonomi syariah.**

Perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi salah satu hasilnya adalah media sosial. Salah satu bagian dari komunikasi diantaranya adalah penjualan sehingga pengaruh media social juga berdampak pada transaksi ekonomi. Aktivitas ekonomi tersebut diantaranya adalah promosi melalui media social, dan ini juga merupakan salah satu tantangan masa depan ekonomi syariah yaitu bagaimana memanfaatkan media sosial secara maksimal karena memiliki sangat luas jaringannya serta akses penggunaannya hampir setiap saat. Berdasarkan hasil pengujian sebelumnya menyatakan bahwa diperoleh nilai signifikansi variabel sebesar  $0,00 < 0,05$  diperoleh nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $6.069 > 1,6595$  sehingga,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini berarti bahwa variabel digital ekonomi berpengaruh secara parsial terhadap variabel tantangan ekonomi Syariah.

Mayoritas konsumen Muslim saat ini melakukan aktivitas perekonomian Syariah melalui ekonomi digital. Ekonomi digital telah membentuk ruang pemasaran baru yang jangkauannya sangat akurat, cepat dan luas. Jaringan pemasaran secara personal dapat dibentuk oleh Produsen/penjual dengan konsumen Muslim selain itu juga penjual/produsen dapat langsung membangun maupun mengenalkan produk mereka kepada “dunia” dengan “jari” melalui ekonomi digital. Salah satu kegiatan ekonomi Syariah adalah promosi melalui media digital, hal ini dikategorikan sebagai aktivitas yang relatif terjangkau dan besar sekali efek yang ditimbulkan bila mampu dikelola dengan baik, hal ini yang menjadi salah satu penyebab promosi melalui media digital dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap tantangan masa depan ekonomi Syariah. Salah satu tantangan promosi adalah konten-konten yang menarik guna memperoleh perhatian



pembeli/konsumen. Hal inilah yang merupakan salah satu tantangan bagi ekonomi Syariah, bagaimana membuat konsumen/ masyarakat tertarik untuk melakukan aktivitas perekonomian syariah, baik itu wirausaha syariah maupun melalui perbankan Syariah. Tantangan ekonomi Syariah yang lain adalah perbankan Syariah dan atau wirausaha Syariah harus mampu membuktikan bahwa kegiatan perekonomian yang dilakukan senilai dengan transaksi yang telah dilakukan karenanya kualitas barang menjadi *urgent* sehingga konsumen Muslim tidak merasa dibohongi ataupun kecewa. Hal ini sangat penting sebab dalam sistem ekonomi digital ini bentuk fisik produk secara langsung dan nyata, pembeli/ konsumen tidak bisa melihat dan mengetahuinya.

### **3. Pengaruh ekonomi digital terhadap tantangan dan peluang masa depan ekonomi Syariah secara simultan.**

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada uraian sebelumnya bahwa secara individu ekonomi digital terhadap tantangan dan peluang masa depan ekonomi Syariah memberikan pengaruh yang cukup besar. Menurut Basu Swastha, faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah, merupakan hal yang mempengaruhi penjualan, karena diharapkan dengan faktor-faktor tersebut konsumen akan melakukan aktivitas pembelian lagi pada barang yang sama, sehingga wirausaha Syariah dan atau perbankan Syariah mampu memanfaatkan peluang dengan baik dan menjawab tantangan dan akhirnya roda pertumbuhan perekonomian Syariah semakin melaju kencang. Berdasarkan hasil pengujian sebelumnya, maka diperoleh nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dan diperoleh nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel yaitu  $63,446 > 3,93$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berarti, ekonomi digital berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap tantangan dan peluang ekonomi Syariah.

Para pelaku ekonomi syariah harus mampu menerjemahkan dengan baik mengenai perkembangan ekonomi digital yang juga memberikan peluang-peluang baru serta tantangan yang tidak mudah. Kemampuan beradaptasi akan dapat menjadikan wirausaha Syariah dan atau perbankan Syariah berkembang pesat, karena kunci utama transaksi ekonomi baik itu secara *online* maupun konvensional adalah kejujuran dan kepercayaan antara produsen/penjual dengan konsumen/pembeli maka seyogyanya mengedepankan dan mempertahankan nilai-nilai dan prinsip ekonomi syariah yang baik.

Terdapat beberapa hal penting dalam paper ini sebagai bahan evaluasi dan bahan perbaikan dalam perumusan metode yang lebih baik pada wirausaha syariah dan atau perbankan syariah selanjutnya. Hal-hal yang dapat dilakukan diantaranya:

- a. Guna meningkatkan aktivitas perekonomian Syariah maka pegiat dan para ekonom Syariah seharusnya memanfaatkan peluang ekonomi digital sebaik mungkin serta seoptimal mungkin.
- b. Potensi yang sangat besar yang dimiliki oleh ekonomi digital dalam hal ini media sosial diharapkan mampu memaksimalkan produktifitas dan nilai manfaat yang dapat diambil bagi para ekonom Syariah melalui wirausaha syariah dan atau perbankan Syariah.
- c. Salah satu tantangan bagi ekonomi Syariah yang diharapkan mampu beradaptasi dengan baik adalah dengan perkembangan ekonomi digital

dewasa ini. Pada berbagai lini kehidupan dan bidang-bidang usaha ekonomi Syariah berkembang dengan pesat seiring dengan masuknya teknologi informasi dan komunikasi yang menawarkan akses kemudahan pada pelbagai lini kehidupan. Sektor usaha syariah baru yang begitu banyak bermunculan, terlebih bidang usaha yang memanfaatkan sistem *online*, membutuhkan strategi usaha yang baru agar perekonomian Syariah dapat terus berkembang, dinamisnya persaingan juga memerlukan kemampuan beradaptasi yang tinggi sehingga kegiatan ekonomi Syariah dapat terus belajar dan tidak tertinggal dalam persaingan, karena sejatinya penggunaan ekonomi digital hanyalah simulasi kecil tentang bagaimana besarnya perubahan aktivitas ekonomi diluar sana.

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas evaluasi secara mendalam sangat diperlukan, hal ini terkait kendala yang dihadapi dalam menerapkan ekonomi digital. Lebih jauh lagi wirausaha Syariah dan atau perbankan Syariah diharapkan senantiasa mengevaluasi strategi secara bertahap guna membaca peluang dan menjawab tantangan dari ekonomi digital. Paper ini memiliki keterbatasan karena paper ini merupakan adopsi dari penelitian dengan tema analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan yang terdiri atas dua variabel, yaitu penggunaan aplikasi BRIS *online* dan promosi melalui media sosial.

## **IX. KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan tersebut diatas, maka terdapat hal penting yang perlu digaris bawahi sebagai berikut:

1. Pengembangan fitur-fitur layanan ekonomi digital diharapkan bisa mendukung kegiatan perekonomian syariah guna meningkatkan transaksi ekonomi Syariah.
2. Besarnya potensi ekonomi digital yang mendukung aktivitas ekonomi dalam wirausaha Syariah dan atau perbankan Syariah, diharapkan mampu menjadi solusi atas permasalahan- permasalahan umum yang dihadapi pada tataran teknis praktis.
3. Kreatifitas dalam melakukan promosi, sangat dibutuhkan yaitu dengan memanfaatkan optimaliasasi media social guna meningkatkan transaksi ekonomi Syariah.
4. Ekonomi Syariah diharapkan mampu menjawab tantangan dengan cara pengelolaan yang baik melalui penggunaan aplikasi ekonomi digital dengan kredibilitas sistem pembayaran melalui promosi guna meningkatnya transaksi Syariah.
5. Ekonomi Syariah juga diharapkan mampu membaca peluang dan juga menjawab tantangan dalam penggunaan jaringan *internet*, media social maupun aplikasinya serta perangkat dalam ekonomi digital lainnya, mengingat besarnya manfaat dalam penggunaan *internet*, aplikasi dan media sosial lainnya jika dikelola dengan baik khususnya dalam bidang wirausaha Syariah dan atau perbankan Syariah.
6. Pengguna ekonomi digital hendaknya mengedepankan prinsip kepercayaan dan kejujuran terutama dalam hal pembayaran yang menggunakan sistem *online*, kepada lembaga yang sudah dipercaya seperti perbankan Syariah sehingga jaminam keamanan data user dapat teraih.

## **X. DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraeni, Ni Made Savitri dan Yasa, Ni Nyoman Kerti, 2012, “*E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking*,” *Jurnal Keuangan dan Perbankan* Vol.16, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Kominfo.go.id, 2019, “*Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara*” dalam [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker), diakses pada tanggal 25 Mei 2019 jam 09.37.
- Kotler, Philip, 2005 *Manajemen Pemasaran* Ed. 11, Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks.
- Liputan6.com, 2019, “*Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*” dalam <https://www.liputan6.com/teknoread/2957050/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>, diakses pada tanggal 25 Mei 2019 jam 09.35.
- Rahayu, Ayu Sri Rahayu, 2018 “*Pengaruh Biaya Iklan dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Mobil Avanza pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin di Kota Makassar*,” *Jurnal Ekonomi*, Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Sunyoto, Danang, 2015, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*, Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Swastha, Basu, 2001 *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Wulandari, Andhita Dessy, 2017, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Felicha.