

PERKEMBANGAN EKONOMI UMAT BERBASIS MARKETPLACE SYARIAH DI INDONESIA

¹Nurhidayah, ²Anggrismono

¹Perbankan Syariah, STEI Hamfara; ²Fakultas Ekonomi, Universitas Amikom, Yogyakarta

¹nuhirnta@gmail.com; ²anggris@amikom.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk dalam perekonomian umat Islam. Salah satu inovasi yang muncul adalah marketplace syariah, sebuah platform perdagangan elektronik yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perkembangan ekonomi umat melalui pemanfaatan marketplace syariah di Indonesia, serta mengeksplorasi kontribusinya terhadap penguatan ekosistem ekonomi dan bisnis syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan analisis data sekunder dari berbagai sumber terpercaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa marketplace syariah memiliki potensi besar dalam memperluas akses pasar bagi pelaku usaha muslim, meningkatkan transaksi ekonomi yang sesuai syariah, serta memberdayakan konsumen melalui produk dan layanan halal. Meskipun demikian, tantangan seperti edukasi pengguna, regulasi, serta infrastruktur digital masih menjadi hambatan dalam pertumbuhannya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah marketplace syariah merupakan salah satu tulang punggung dalam pengembangan ekonomi umat di era digital, serta memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional berbasis syariah.

Kata Kunci: Ekonomi umat, Marketplace syariah, Bisnis syariah

Abstract

The development of digital technology has brought significant changes in various sectors of the economy, including in the Muslim economy. One of the innovations that has emerged is the sharia marketplace, an electronic trading platform based on sharia principles. This research aims to examine the economic development of the ummah through the use of the sharia marketplace in Indonesia, as well as explore its contribution to strengthening the sharia economic and business ecosystem. The research method used is a qualitative approach with literature studies and secondary data analysis from various reliable sources. The results of the study show that the sharia marketplace has great potential in expanding market access for Muslim business actors, increasing sharia-compliant economic transactions, and empowering consumers through halal products and services. However, challenges such as user education, regulation, and digital infrastructure are still obstacles to its growth. The conclusion of this study is that the sharia marketplace is one of the backbones in the economic development of the people in the digital era, and has a strategic role in supporting the sharia-based national economy.

Keywords: People's economy, Sharia marketplace, Sharia business

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi pola interaksi sosial dan ekonomi masyarakat global, termasuk di Indonesia yang mayoritas penduduknya Muslim (Agostino et al., 2020; Andrew et al., 2021; Cuesta-Valiño et al., 2022; Lutfi et al., 2021; Utomo et al., 2022). Dalam konteks ekonomi Islam, munculnya marketplace syariah menjadi jawaban atas kebutuhan transaksi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan bebas riba. Marketplace syariah tidak hanya menyediakan produk halal, tetapi juga menjamin proses jual beli yang sesuai dengan ketentuan Islam (Albar et al., 2023; Sandıkcı, 2018).

Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekosistem digital syariah. Namun implementasinya masih menghadapi tantangan struktural dan kultural. Padahal dalam konteks ekonomi Islam, ini merupakan peluang sekaligus tantangan besar dalam menghadirkan sistem transaksi yang tidak hanya efisien dan modern, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip syariah yang melandasi kehidupan umat Islam. Marketplace syariah sebagai platform perdagangan elektronik beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Marketplace syariah tidak hanya menawarkan produk-produk halal, tetapi juga memastikan bahwa seluruh proses transaksi, mulai dari akad jual beli, metode pembayaran, hingga promosi dan pelayanan, dilakukan dengan menjunjung nilai-nilai keadilan, transparansi, dan bebas dari unsur riba, gharar, maupun maisir (Basomi et al., 2024; Darmawan, 2022; Hakam et al., 2017; Ibrahim, 2021). Dengan demikian, marketplace syariah menjadi representasi penting dari upaya integrasi nilai-nilai syariah ke dalam ekosistem ekonomi digital modern, serta berpotensi menjadi motor penggerak dalam pengembangan ekonomi umat secara lebih inklusif dan berkeadilan.

Oleh karena itu, penelitian ini mengeksplorasi lebih dalam bagaimana marketplace syariah berkembang di Indonesia, peran strategisnya dalam pemberdayaan ekonomi umat, serta kontribusinya dalam membangun ekosistem bisnis yang lebih inklusif, adil, dan berlandaskan nilai-nilai syariah. Dengan pendekatan yang berbasis data dan kajian literatur, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dapat menjadi pijakan bagi para pemangku kepentingan dalam memperkuat keberlanjutan dan daya saing marketplace syariah di era ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur. Data sekunder dikumpulkan dari jurnal ilmiah, laporan industri, artikel berita, dan publikasi pemerintah. Analisis dilakukan dengan pendekatan tematik terhadap aspek pengembangan marketplace syariah, hambatan, serta dampaknya terhadap ekonomi umat. Utomo (2023) menjelaskan fungsi kecerdasan buatan berupa ChatGPT dalam membantu penelitian ekonomi terutama dalam memperhalus bahasa.

HASIL DAN DISKUSI PEMBAHASAN

Hasil temuan dari penelitian sederhana ini mengungkapkan beberapa point, seperti: potensi marketplace syariah dalam pengembangan ekonomi umat, dampak sosial-ekonomi, dan tantangan implementasinya. Secara umum hukum penggunaan sarana teknologi digital seperti platform marketplace dalam syariah Islam adalah mubah, sebagaimana kaidah:

الأصل في الأشياء الإباحة ما لم يرد دليل التحريم

Artinya: *Hukum segala sesuatu benda pada dasarnya mubah, selama tidak ada dalil yang mengharamkannya.*

Potensi Marketplace, Dampak Sosial-Ekonomi, Dan Tantangan Implementasi

Marketplace syariah memiliki potensi strategis dalam mendukung pelaku UMKM muslim. Melalui platform ini, mereka dapat memasarkan produk halal secara lebih luas, mengakses pembiayaan syariah, serta menjangkau konsumen yang sadar halal. Marketplace syariah turut serta dalam mendorong literasi keuangan syariah, memperkuat ekosistem halal, dan meningkatkan inklusi keuangan. Pengguna bukan hanya memperoleh produk halal, tetapi juga didorong untuk menjadi bagian dari ekosistem bisnis yang etis dan sesuai syariah. Adapun tantangan dan kelemahan masyarakat muslim dalam menggunakan teknologi digital marketplace ini adalah, rendahnya literasi. Literasi digital yang rendah bisa mengakibatkan rendah pula dalam pemahaman terhadap keuangan syariah (Cortez et al., 2021; Jesuthasan & Umakanth, 2021; Lin & Pursiainen, 2022; Nurhidayat, 2020; Wibowo et al., 2020).

Belum optimalnya dukungan regulasi, Infrastruktur teknologi yang belum merata, Persaingan dengan marketplace konvensional yang sudah mapan. Meskipun marketplace syariah memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi umat dan membangun ekosistem bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, implementasinya di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks dan multidimensi. Beberapa tantangan utama yang dihadapi dalam pengembangan marketplace syariah Salah satu kendala utama adalah masih rendahnya tingkat literasi digital di berbagai lapisan masyarakat, terutama di kalangan pelaku UMKM dan masyarakat pedesaan. Banyak pelaku usaha mikro belum memahami cara memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka, apalagi memahami prinsip-prinsip syariah dalam transaksi online. Selain itu, pemahaman masyarakat terhadap konsep keuangan syariah seperti akad, riba, gharar, dan maisir masih terbatas. Hal ini menyebabkan kurangnya minat atau bahkan kesalahpahaman terhadap marketplace syariah, sehingga adopsinya belum maksimal. Dukungan regulasi dari pemerintah terhadap perkembangan ekonomi digital berbasis syariah masih bersifat parsial dan belum terintegrasi secara menyeluruh. Peraturan yang secara spesifik mengatur mekanisme operasional marketplace syariah, standar kepatuhan syariah, hingga perlindungan konsumen dalam ekosistem halal digital masih sangat terbatas. Selain itu, insentif fiskal maupun dukungan pembiayaan bagi startup syariah dan pelaku UMKM halal yang ingin beralih ke platform digital masih minim. Hal ini menyebabkan pelaku usaha menghadapi berbagai kendala administratif dan hukum yang memperlambat pengembangan ekosistem ini.

Kemitraan Strategis Antara Pemerintah, Swasta, dan Lembaga Keuangan Syariah

Penyusunan regulasi yang mendorong pertumbuhan ekonomi digital berbasis syariah. Agar marketplace syariah dapat tumbuh dan berperan secara optimal dalam penguatan ekonomi umat, diperlukan strategi pengembangan yang komprehensif, terintegrasi, dan berorientasi jangka panjang. Strategi ini tidak hanya bertumpu pada aspek teknologi, tetapi juga menyasar dimensi edukasi, kebijakan, pemberdayaan pelaku usaha, hingga penguatan ekosistem halal nasional. Beberapa strategi pengembangan yang dapat diimplementasikan.

Salah satu hambatan utama dalam pemanfaatan marketplace syariah adalah rendahnya tingkat literasi digital dan pemahaman terhadap prinsip ekonomi Islam di kalangan masyarakat, khususnya UMKM dan konsumen dari daerah pinggiran. Oleh karena itu, perlu dilakukan program edukasi yang sistematis dan berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang manfaat, cara kerja, serta keunggulan marketplace syariah. Edukasi ini dapat diberikan dalam bentuk pelatihan, workshop, webinar, modul daring, maupun kolaborasi dengan pesantren dan lembaga dakwah. Marketplace syariah di Indonesia juga memiliki potensi besar untuk berkembang ke pasar internasional, khususnya negara-negara dengan populasi muslim besar.

Strategi ini dapat dilakukan melalui kemitraan regional, penguatan logistik halal, serta promosi produk unggulan UMKM halal Indonesia ke luar negeri. Dalam jangka panjang, integrasi marketplace syariah dengan ekosistem e-commerce halal global dapat menjadi tonggak penting dalam menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia. Agar mampu bersaing dengan marketplace konvensional, marketplace syariah perlu terus berinovasi dengan menambahkan fitur yang relevan dan unggul. Misalnya, fitur akad transparan, donasi langsung ke lembaga zakat, pembayaran cicilan tanpa riba, pembiayaan dari fintech syariah, hingga sistem rating kehalalan. Fitur-fitur ini tidak hanya memperkuat diferensiasi pasar, tetapi juga menjadi instrumen dakwah digital yang menyentuh langsung kehidupan umat.

PENUTUP

Marketplace syariah merupakan inovasi penting dalam pembangunan ekonomi umat. Platform ini bisa menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif berlandaskan syariah. Untuk mencapai dampak maksimal diperlukan sinergi antar pemangku kepentingan dalam menghadapi tantangan dan memperkuat fondasi regulasi serta infrastruktur digital. Pengembangan marketplace syariah harus diarahkan pada terciptanya keadilan ekonomi yang berkelanjutan bagi seluruh lapisan masyarakat. Penguatan literasi digital dan literasi keuangan syariah menjadi faktor kunci agar pelaku usaha, terutama UMKM, mampu beradaptasi dan bersaing secara sehat. Selain itu, diperlukan komitmen kuat dari pemerintah, regulator, dan pelaku industri untuk menjaga integritas prinsip-prinsip syariah di setiap aspek operasional platform.

DAFTAR PUSTAKA

- Agostino, D., Arnaboldi, M., & Lema, M. D. (2020). New development: COVID-19 as an accelerator of digital transformation in public service delivery. *Public Money and Management*, 1–4. <https://doi.org/10.1080/09540962.2020.1764206>
- Albar, K., Abubakar, A., & Arsyad, A. (2023). Islamic Business Ethics in Online Commerce: A Perspective from Maqashid Shariah by Imam Haramain. *Jurnal Islam Nusantara*, 7(2), 273–289. <https://doi.org/10.33852/jurnalnu.v7i2.501>
- Andrew, J., Baker, M., & Huang, C. (2021). Data breaches in the age of surveillance capitalism: Do disclosures have a new role to play? *Critical Perspectives on Accounting*, March 2020, 102396. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2021.102396>
- Basomi, R. D., Oktaviany, M., Wandini, E. A., Shavira, L., Hasanudin, Q. N., & Syarifudin. (2024). Pentingnya Sertifikasi Halal dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Produk Makanan Halal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2).
- Cortez, K., Rodríguez-García, M. D. P., & Mongrut, S. (2021). Exchange market liquidity prediction with the k-nearest neighbor approach: Crypto vs. fiat currencies. *Mathematics*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.3390/math9010056>
- Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & García-Henche, B. (2022). Word of mouth and digitalization in small retailers: Tradition, authenticity, and change. *Technological Forecasting and Social Change*, 175(August 2021). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121382>
- Darmawan, D. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ibu Rumah Tangga Berbelanja di Supermarket. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(1), 40–48. <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear>
- Hakam, S., Pamungkas, C., & Budiwanti, E. (2017). Ringkasan Hasil Penelitian Komodifikasi Agama-Agama di Korea Selatan. *Jurnal Kajian Wilayah*, 7(2), 159–168. <http://jkw.psdr.lipi.go.id/index.php/jkw/article/view/750>
- Ibrahim, A. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam* (R. I. A. M. S. N. L. T. Sakti (ed.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Jesuthasan, S., & Umakanth, N. (2021). Impact of Behavioural Intention on E-Wallet Usage During Covid-19 Period: A Study from Sri Lanka. *Sri Lanka Journal of Marketing*, 7(2), 24. <https://doi.org/10.4038/sljmuok.v7i2.63>
- Lin, T. C., & Pursiainen, V. (2022). Regional social capital and moral hazard in

- crowdfunding. *Journal of Business Venturing*, 37(4), 106224.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106224>
- Lutfi, A., Al-Okaily, M., Alshirah, M. H., Alshira'h, A. F., Abutaber, T. A., & Almarashdah, M. A. (2021). Digital financial inclusion sustainability in Jordanian context. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su13116312>
- Nurhidayat. (2020). Islamisasi Ilmu Ekonomi: Model, Implementasi dan Implikasinya di International Islamic University Malaysia. In *Iqralana*.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/49994>
- Sandıkçı, Ö. (2018). Religion and the marketplace: constructing the 'new' Muslim consumer. *Religion*, 48(3), 453–473.
<https://doi.org/10.1080/0048721X.2018.1482612>
- Utomo, Y. T. (2023). ChatGPT Untuk Membantu Mahasiswa Ekonomi. In S. Haryanti (Ed.), *CHAT GPT UNTUK PENDIDIKAN: LITERASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK GURU DAN DOSEN* (pp. 253–268). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Utomo, Y. T., Susanti, L., & Sasono, H. (2022). Increasing The Class of UMKM in The Plut KUKKM DIY Business Incubation Program 2019. *MAGNA: Journal Economic, Management, and Business*, 1(July), 26–32.
- Wibowo, K. A., Ismail, A. G., Tohirin, A., & Sriyana, J. (2020). Factors Determining Intention to Use Banking Technology in Indonesian Islamic Microfinance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 1053–1064.
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.1053>
- Adiwarman Karim. (2020). *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementerian Kominfo. (2022). Laporan Tahunan Ekonomi Digital Syariah Indonesia.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). Statistik Fintech Syariah.
- Setiawan, A. (2021). Peran Marketplace Syariah dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 130–145.
- World Bank. (2022). *Digital Economy in Indonesia: Opportunities and Challenges*.