

Vol. 2 No. 2

Edisi: Juli – Desember 2022

PENGARUH INSTITUTIONAL OWNERSHIP TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DIMODERASI DENGAN FAMILY OWNERSHIP PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA Putri Ridhotul Uliyah	292 – 301
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA FATUR PHONE STORE Melvi Havizatun, Shifa Auliana	302 – 311
ANALISA KETERTARIKAN PELANGGAN SHOPEE DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH DISEBABKAN OLEH PENGARUH PROMOSI, IKLAN INTERNET DAN KUALITAS WEBSITE Riwanul Nasron, Nara Pristiwa	312 – 321
PENGARUH TINGKAT BAURAN PEMASARAN 7(P) PADA PENGGUNAAN JASA PENGINAPAN DI HOTEL MEKKAH KOTA BANDA ACEH Kiki Putri Amelia, Tuwisna, Haris Renaldi	322 – 331
PENGARUH HOTEL IMAGE SERTA KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL GRAND NAGAN KABUPATEN NAGAN RAYA Tuwisna, Devi Kumala, Aan Pratama	332 – 341
ANALISA SOFT SELLING DAN KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN UNTUK PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP PE TE DE HOUSE Erlinda, Yuslaidar Yusuf, Putri Trisna Dewi	342 – 351
LITERASI BISNIS SYARIAH DIGITAL DAN PERAN PEMERINTAH DI ERA REVOLUSI INDUSTRI Yusliana M. Yusuf, Mulyadi AR, Devi Kumala	352 – 362



DEWAN REDAKSI

PEMBINA

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Para Wakil Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

Penanggungjawab:

Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Muhammadiyah Aceh

Managing Editor

Devi Kumala, S.Si, M.T.

Editor in Chief

Melvi Havizatun, S.E., M.M

Reviewer:

1. Dr. Dwi Cahyono, M.Si.Akt. (Univ. Muhammadiyah Jember)
2. Dr. H. Aliamin, SE, M.Si, Ak (Univ. Syiah Kuala)
3. Drs.Tarmizi Gadeng, M.Si. MM (Univ. Muhammadiyah Aceh)
4. Munawir, S.T., M.T. (Univ. Serambi Mekkah)
5. Rusli, S.ST, M.T. (Politeknik Negeri Lhokseumawe)

Staf Editing

Kiki Putri Amelia, S.E., M.M.

Riwanul Nasron, S.T., M.T.

Keuangan

Abrar Habiby, S.Si

Ahmad Hamdani, S.E.

Diterbitkan oleh:

Program Studi Bisnis Digital
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
Jl. Muhammadiyah No. 91 DesaBatoh
Kecamatan Lueng Bata – Kota Banda Aceh



SEKAPUR SIRIH

REKTOR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Eksistensi dan identitas sebuah Universitas dapat diukur dan dipahami dari kreasi ilmiah dari setiap elemen di universitas tersebut. Makin banyak dan berbobot karya ilmiah yang dihasilkan, makin tinggi pula eksistensi, pemahaman dan penghargaan orang terhadap perguruan tinggi yang bersangkutan. Kreasi Ilmiah diwujudkan dalam bentuk jurnal. Jurnal adalah sebagai alat komunikasi efektif dengan stakeholder.

Salah satu kreasi ilmiah yang akan menjadi barometer bagi eksistensi, pemahaman dan penghargaan terhadap sebuah universitas adalah publikasi ilmiah baik yang dipublikasikan di berbagai jurnal maupun dalam bentuk text book yang dapat menjadi acuan bagi para mahasiswa dan siapapun yang berminat untuk memahami suatu fenomena ilmiah yang ditulis oleh civitas akademika universitas tersebut.

Berdasarkan perspektif inilah dan ditengah kelangkaan civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh melahirkan karya ilmiah berupa dalam bentuk Jurnal yang Bernama BIDIG: Jurnal BISnis DIGital. Kami amat apresiatif kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, Tim Redaksi dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah mampu melahirkan salah satu karya yang cukup penting dalam rangka memberi dorongan dan motivasi untuk pengembangan wawasan para staf pengajar dalam penelitian-penelitian ke depan. Jurnal ini, disamping memperkaya khazanah keilmuan juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam studi ilmu bisnis digital bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi tidak hanya di Universitas Muhammadiyah Aceh akan tetapi juga diseluruh Universitas di Indonesia dan di luar negeri.

Rektor

Dr. Aslam Nur., M.A



SEKAPUR SIRIH

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Assalamu'alaikum wr.wb.

Pertama sekali tidak henti-hentinya secara tulus kita panjatkan puji dan syukur keharibaan Allah SWT yang telah memberi taufik, hidayah dan petunjukNya kepada kita semua sehingga dapat berbuat sesuatu yang selalu mendapat bimbingan sepenuhnya dari Allah SWT. Selanjutnya selawat beiring salam khusus kita persembahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah mengajar dan mendidik ummat manusia sehingga mampu membuka mata hati kita semua dalam melaksanakan berbagai usaha dan kegiatan yang bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa.

Pada Tahun 1991 Fakultas Ekonomi didirikan melalui melalui surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0230/1991 tanggal 29 April 1991 terdiri dari 2 (dua) program studi yaitu Program Studi Manajemen dan Akuntansi dan kemudian sampai saat ini telah dibuka Program Studi Bisnis Digital dengan Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 918/KPT/I/2019 tanggal 3 Oktober 2019.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, Program Studi Bisnis Digital membuat suatu program pengembangan penelitian staf pengajar/dosen dalam bentuk jurnal yang dinamakan BIDIG: Jurnal BISnis DIGital dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Unmuha Nomor 40 Tahun 2020 yang diterbitkan 2 (dua) kali dalam setahun yaitu edisi Januari-Juni dan Juli-Desember.

Dalam rangka penerbitan Jurnal ini, kami selalu membuka diri untuk menerima tulisan-tulisan bermutu, guna dapat kami muat dalam penerbitan-penerbitan berikutnya. Selaku Dekan, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada tim pengelola dan semua penulis yang telah menyumbangkan karya terbaiknya di jurnal ini sehingga Jurnal Bisnis Digital Volume 1 No.1 Edisi Januari-Juni 2021 ini bisa terbit untuk pertama kalinya. Diharapkan terbitan selanjutnya rekan-rekan dari perguruan tinggi Ekonomi khususnya Program Studi Bisnis Digital se-Indonesia agar dapat menyumbangkan hasil karyanya untuk dapat dimuat pada Jurnal Bisnis Digital. Semoga karya para penulis semuanya menjadi ilmu yang menginspirasi kebaikan dan kemanfaatan di dunia ilmu bisnis digital.

Sebagai penghargaan perkenankanlah kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pengelola Jurnal Bisnis Digital yang telah bekerja keras melakukan semua proses penerbitan Jurnal, sehingga jurnal ini tampil dalam bentuk dan isi yang berkualitas. Dan akhir kata semoga Allah SWT selalu memberikan taufik dan hidayahNya kepada kita semua.

Dekan

Drs. Tarmizi Gadeng, SE.,M.Si, MM



DAFTAR ISI

Dewan Redaksi	i
Sekapur Sirih Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh	ii
Sekapur Sirih Dekan Fakultas Ekonomi Unmuha	iii
Daftar Isi	iv
Pedoman Penulisan	v

ARTIKEL JURNAL

PENGARUH INSTITUTIONAL OWNERSHIP TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DIMODERASI DENGAN FAMILY OWNERSHIP PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA Putri Ridhotul Uliyah	292 – 301
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA FATUR PHONE STORE Melvi Havizatun, Shifa Auliana	302 – 311
ANALISA KETERTARIKAN PELANGGAN SHOPEE DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH DISEBABKAN OLEH PENGARUH PROMOSI, IKLAN INTERNET DAN KUALITAS WEBSITE Riwanul Nasron, Nara Pristiwa, Zahrul Maizi	312 – 321
PENGARUH TINGKAT BAURAN PEMASARAN 7 (P) PADA PENGGUNAAN JASA PENGINAPAN DI HOTEL MEKKAH KOTA BANDA ACEH Kiki Putri Amelia, Tuwisna, Haris Renaldi	322 – 331
PENGARUH HOTEL IMAGE SERTA KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL GRAND NAGAN KABUPATEN NAGAN RAYA Devi Kumala, Aan Pratama	332 – 341
ANALISA SOFT SELLING DAN KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN UNTUK PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP PE TE DE HOUSE Erlinda, Yuslaidar Yusuf, Putri Trisna Dewi	342 – 351
LITERASI BISNIS SYARIAH DIGITAL DAN PERAN PEMERINTAH DI ERA REVOLUSI INDUSTRI Yusliana M. Yusuf, Mulyadi AR, Devi Kumala	352 – 362



PEDOMAN PENULISAN

BENTUK NASKAH

Jurnal Bisnis Digital (BIDIG) Aceh menerima naskah dalam bentuk hasil penelitian (*research paper*) atau artikel ulasan (*review*) dan resensi buku (*book review*), baik dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

CARA PENGIRIMAN NASKAH

Author melakukan registrasi pada system Electronic Journal (eJournal) di alamat <http://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/bidig>. Setelah registrasi sukses, author diperbolehkan mengirimkan artikelnya didalam eJournal. Kemudian artikel akan di review oleh reviewer yang mempunyai kompetensi dan keahlian di bidang yang sesuai. Artikel yang dikirimkan melalui email pribadi maupun email institusi pengelola jurnal tidak akan dilayani.

FORMAT NASKAH

Naskah yang dikirim terdiri atas 10 s/d 20 halaman kuarto (A4) dengan spasi 1,5, huruf Times New Roman font 12. Naskah dilengkapi dengan biodata penulis. Semua halaman naskah, termasuk tabel, lampiran, dan referensi harus diberi nomor urut halaman. Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul, dan sumber kutipan. Naskah dibuat dalam bentuk 1 kolom. Abstrak boleh dibuat dalam 2 bahasa yaitu Bahasa Inggris dan atau Bahasa Indonesia. Naskah yang masuk dikategorikan kedalam tiga kategori, artikel hasil penelitian, artikel ulasan dan artikel resensi buku. Sistematika penulisan untuk masing-masing kategori artikel adalah sebagai berikut:

A. Sistematika Naskah Artikel Hasil Penelitian

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia lebih kurang 200 kata, dan disertai kata kunci (*key word*), maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi.

I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan

II. TEORI



III. METODE

Berisikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, antara lain meliputi spesifikasi penelitian, materi penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknis pengolahan data, dan analisis data.

IV. PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan terhadap hasil penelitian

V. KESIMPULAN DAN SARAN

B. Sistematika Naskah Artikel Ulasan

Judul Naskah

Abstrak, dibuat dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, dan disertai dengan kata kunci (*key word*) maksimal 5 kata. Abstrak ditulis satu spasi dan dalam satu paragraf.

I. PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang penelitian dan perumusan permasalahan

II. PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan terhadap permasalahan yang dikaji dalam naskah

III. KESIMPULAN DAN SARAN

C. Sistematika Naskah Artikel Resensi Buku

Naskah diketik di atas kertas kuarto (A4), terdiri dari 10 s/d 15 halaman, dengan spasi 1,5. Naskah dilengkapi dengan:

Sumber Kutipan

1. Sumber kutipan ditulis menyesuaikan sistem catatan perut (*bodynote* atau *sidenote*).
2. Sumber kutipan yang berasal dari website ditulis dengan susunan sebagai berikut:
Nama penulis, judul tulisan (“...”), nama website, alamat artikel, tanggal dan waktu download.

Daftar pustaka

Penulisan daftar Pustaka disusun alfabetis dengan susunan publisitas.



LITERASI BISNIS SYARIAH DIGITAL DAN PERAN PEMERINTAH DI ERA REVOLUSI INDUSTRI

^{1*}Yusliana M. Yusuf, ²Mulyadi AR, ³Devi Kumala
^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Aceh
*Korespondensi: yusliana@unmuha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisa pentingnya digitalisasi bisnis syariah, dan secara konseptual memberikan gambaran peran pemerintah dalam digitalisasi bisnis syariah dan potensi dari digitalisasi bisnis syariah. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang didukung dengan data sekunder yang bersumber dari penelitian terdahulu maupun artikel dan media ilmiah lainnya. Rumusan masalah pada penelitian ini meliputi (i) Mengapa digitalisasi diperlukan dalam bisnis syariah?; (ii) Bagaimana peran pemerintah dalam proses digitalisasi bisnis syariah?; (iii) Bagaimana potensi digitalisasi bisnis syariah di Indonesia?. Hasil dari penelitian ini: (i) Digitalisasi bisnis syariah sangat penting mengingat pada saat ini penggunaan dari teknologi informasi, komputer dan internet menjadi suatu keniscayaan dan menjadi bagian kehidupan sehari-hari masyarakat; (ii) Pemerintah telah berperan melalui pembangunan infrastuktur untuk mendukung digitalisasi bisnis syariah dan juga memiliki program gerakan digitalisasi untuk meningkatkan literasi masyarakat terkait dengan bisnis digital; (iii) Pangsa pasar dari digital bisnis syariah relatif besar ditinjau dari pengguna internet Indonesia sejumlah 202,6 juta jiwa. Implikasi dari penelitian ini memberikan referensi kepada para stakeholder maupun akademisi khususnya yang memiliki kepedulian terhadap bisnis syariah dalam mengembangkan bisnis syariah di masa yang akan datang.

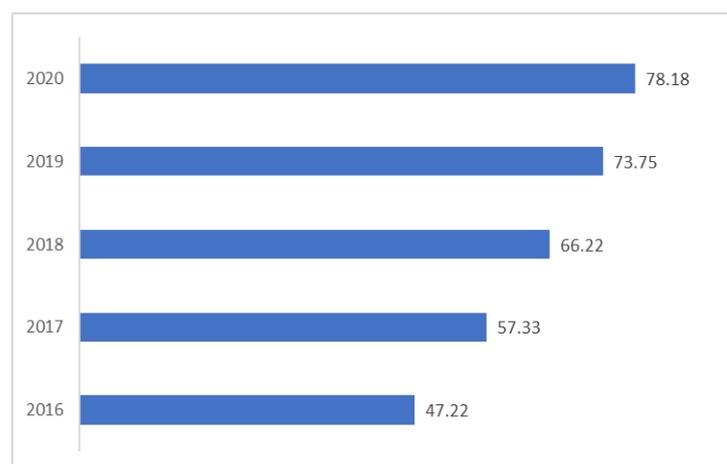
Keywords : *Bisnis Syariah Digital; Teknologi Informasi.*

1. PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 telah dilewati dan saat ini tanpa disadari masyarakat pembisnis memasuki era revolusi 5.0 (baca: five point zero) bagi pengguna bisnis, teknologi informasi menjadi andalan menggunakan teknologi informasi komputer dan atau gadget maupun internet menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Hiyanti, H., L. Nugroho, C. Sukmadilaga, and T. Fitrijanti, (2019); Metanfanuan T., et al., (2021). Pada era revolusi industri 5.0 tersebut, ketergantungan manusia terhadap penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet sangat tinggi dikarenakan kebutuhan penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet tidak hanya ditujukan untuk kegiatan pekerjaan, bisnis, dan komersial saja, tetapi juga untuk kebutuhan konsumsi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka Nugroho, L., and S. L. K. Chowdhury, (2015); Irwansyah R., et al., (2021).

Selain itu, terjadi percepatan penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet beberapa tahun belakangan ini dikarenakan terdapatnya pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 menyebabkan terdapatnya kebijakan pembatasan mobilitas sosial di masyarakat yang bertujuan untuk mencegah penyebaran virus corona yang sangat masif yang menyebabkan banyaknya korban meninggal Irwansyah R., et al., (2021); Safitri, Y., et al., (2020). Pembatasan mobilitas masyarakat tersebut mengakibatkan banyaknya masyarakat menggunakan teknologi informasi, komputer dan internet untuk melakukan kegiatan pekerjaan dan kehidupan sehari-hari seperti penggunaan aplikasi digital untuk melakukan rapat secara virtual, melakukan pembelian makanan secara online, melakukan transaksi perdagangan secara online, dan sebagainya Kiranti, D.E., dan L. Nugroho, (2022); Nugroho, L., (2021).

Peningkatan jumlah pengguna teknologi informasi, komputer dan internet oleh rumah tangga di Indonesia pada masa pandemi Covid-19 ditunjukkan dengan data sebagai berikut:



Gambar 1. Jumlah Rumah Tangga Pengguna Teknologi Informasi, Komputer dan Internet di Indonesia pada Periode 2016-2020

Sumber: Jayani, D., H., (2021)

Merujuk pada Gambar 1 di atas, maka diketahui pengguna teknologi informasi, komputer dan internet di Indonesia pada tahun 2020 telah mencapai 78,18 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa hampir 30% masyarakat Indonesia telah menggunakan teknologi informasi, komputer dan internet dalam kehidupan sehari-harinya dengan asumsi jumlah penduduk Indonesia di tahun 2020 sebesar 271,4 juta jiwa (Jayani, D., H., 2021).

Pada sisi lain, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar peringkat empat dunia sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia Annur, C. M., (2021); Miftakhul Jannah, D., and L. Nugroho, (2019). Oleh karena itu dengan besarnya populasi Muslim di Indonesia, maka terdapat potensi besarnya permintaan akan produk dan jasa yang berbasiskan prinsip-prinsip syariah F. Mahliza, et al., (2021); Matoenji, et. al., (2021). Hal tersebut juga sejalan dengan rencana pemerintah yang akan menjadikan Indonesia sebagai pusat dari ekonomi, bisnis dan keuangan syariah di dunia. Lebih lanjut, agar dapat merealisasikan dan juga mengimplementasikan rencana pemerintah tersebut, maka pengembangan bisnis syariah juga harus menyesuaikan dengan dinamika yang terjadi saat yaitu masifnya penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet di masyarakat.

Merujuk fenomena-fenomena tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Mengapa digitalisasi diperlukan dalam bisnis syariah?;
2. Bagaimana peran pemerintah dalam proses digitalisasi bisnis syariah?;
3. Bagaimana potensi digitalisasi bisnis syariah di Indonesia?.

Selanjutnya berdasarkan rumusan-rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pentingnya digitalisasi bagi bisnis syariah;
2. Mengetahui peran pemerintah dalam proses digitalisasi bisnis syariah;
3. Mengetahui potensi dari digitalisasi bisnis syariah.

Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan referensi dan informasi kepada seluruh stakeholder yang memiliki kepedulian terhadap bisnis syariah untuk dapat mengambil keputusan dalam mengembangkan dan meningkatkan pangsa pasar bisnis syariah di Indonesia. Keterbaruan dalam penelitian ini berkaitan dengan pembahasan yaitu pentingnya digitalisasi dari bisnis syariah di era revolusi industri 5.0 dan pandemi Covid- 19.

2. TEORI

Pemerintah Indonesia memiliki rencana dan strategi untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi, keuangan dan bisnis syariah di dunia. Merujuk dari masterplan ekonomi syariah Indonesia 2019-2024, maka dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 2. Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024

Sumber: Karyanto B. et al. (2021)

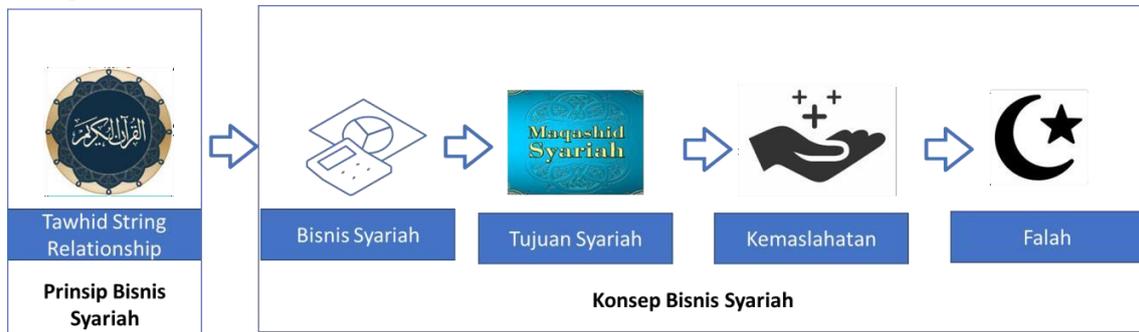
Berdasarkan Gambar 2 di atas, maka pemerintah Indonesia memiliki visi sampai dengan 2024 menjadikan perekonomian nasional yang stabil sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya yang didukung oleh keberadaan bisnis syariah dan industri keuangan syariah sebagai salah satu pelaku utama dalam perekonomian Indonesia. Oleh karenanya, bisnis syariah dan keuangan syariah sudah menjadi keharusan untuk mendapat support dari seluruh masyarakat Indonesia yang bukan Muslim saja akan tetapi oleh seluruh masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan keberadaan ajaran agama Islam sebagai rahmatan lil alamin sesuai dengan QS. Al-Anbiya ayat 107 sebagai berikut:

۱۰۷ لِّلْعٰلَمِيْنَ رَحْمَةً اِلَّا اَرْسَلْنَاكَ وَمَا

Artinya: “Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.”

Selain itu, Karyanto, B., et al., (2021), menyatakan bahwa KH Hasyim Muzadi berpendapat bahwa rahmat Allah diperuntukkan untuk seluruh makhluknya termasuk bagi orang kafir. Oleh karenanya sehubungan dengan rencana pemerintah Indonesia yang akan menjadikan bisnis syariah syariah sebagai identitas dan juga sebagai ujung tombak dari pertumbuhan ekonomi nasional tidak akan merugikan umat beragama lainnya. Lebih lanjut bisnis syariah harus memiliki prinsip Tawhid String Relationship (TSR). Prinsip TSR adalah setiap bisnis syariah yang mengklaim dan menyatakan bahwa mereka menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah maka mereka harus berlandaskan dan patuh terhadap perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya Rasyid, M., M., (2016).

Apabila digambarkan, maka prinsip dan konsep dari lembaga keuangan syariah adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Prinsip dan Konsep dari Bisnis Syariah

Sumber: Diantanti, N., P., et al., (2021)

Sesuai pada Gambar 3 sebelumnya, maka dapat dijelaskan prinsip dan konsep dari bisnis syariah meliputi hal-hal sebagai berikut:

A. Prinsip bisnis syariah berdasarkan Tawhid String Relationship (TSR) adalah sebagai berikut:

1. Bisnis syariah dalam aktivitas bisnisnya harus berlandaskan Al-Qur'an, Hadist, Ijma, Qiyas dan Ijtihad serta sumber-sumber hukum Islam yang berlaku Nugroho, et al. (2020); Nugroho, et al., (2021);
2. Bisnis syariah harus mengikuti dinamika perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta sesuai dengan dinamika perkembangan bisnis sehingga produk dan layanan dari lembaga keuangan syariah diminati oleh masyarakat A. Akram, et al., (2021);
3. Bisnis syariah harus memiliki aspek akhlaq, akal dan etika atau bank syariah harus mengelola usahanya berdasarkan Iman dan Taqwa (Imtaq) dan juga berdasarkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Iptek) Bahari, et al., (2021); L. Nugroho, et al., (2019).

B. Konsep dari bisnis syariah

1. Bisnis syariah harus memiliki visi dan misi yang berlandaskan pada maqasid syariah (tujuan syariah). Nugroho (2020); dan Arafah (2016). mengatakan bahwa tujuan syariah dari lembaga keuangan syariah adalah (i) menjaga agama; (ii) menjaga jiwa; (iii) menjaga akal; (iv) menjaga keturunan; (v) menjaga harta, dan (vi) menjaga lingkungan;
2. Selanjutnya, bisnis syariah yang telah menerapkan maqasid syariah dalam visi dan misinya, maka aktivitas bisnis dan usahanya harus mampu berkontribusi terhadap kemaslahatan ummat A. S. Vania, E. Nugraha, and L. Nugroho, (2020);
3. Oleh karenanya, tujuan utama keberadaan dari lembaga syariah adalah untuk memperoleh ridho Allah SWT yaitu selamat didunia dan bahagia di akhirat atau Falah Nugroho, et al., (2017).

4. Keberadaan dari lembaga keuangan syariah adalah untuk memfasilitasi muslim untuk dapat melaksanakan ajaran agamanya secara kaffah atau totalitas Satibi, E., and L. Nugroho, (2018).

Oleh karena itu, pengembangan bisnis digital dalam bisnis syariah merupakan salah satu faktor yang vital dalam mendukung eksistensi bisnis syariah di tanah air agar dapat berkontribusi dalam pengembangan ekonomi nasional.

3. METODOLOGI

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang merujuk rumusan dan tujuan penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu memberikan deskripsi memberikan solusi maupun jawaban atas rumusan-rumusan penelitian C. Sukmadilaga et al., (2021). Lebih lanjut, penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjawab beberapa rumusan masalah yang meliputi

1. Mengapa digitalisasi diperlukan dalam bisnis syariah?;
2. Bagaimana peran pemerintah dalam proses digitalisasi bisnis syariah?;
3. Bagaimana potensi digitalisasi bisnis syariah di Indonesia?.

Selain itu penelitian kualitatif ini didukung dengan data-data sekunder yang bersumber dari tulisan-tulisan ilmiah baik dari jurnal, buku-buku, media massa yang berkaitan dan dapat menjelaskan dari rumusan masalah pada penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Perlunya Digitalisasi Bisnis Syariah

Era revolusi industri 4.0 menyebabkan penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet telah berkembang begitu pesat. Hampir seluruh kegiatan sehari-hari dapat dilakukan secara digital, mulai dari proses interaksi antar manusia dalam proses belajar mengajar secara dalam jaringan, transfer uang menggunakan e-banking, termasuk pada kegiatan bisnis jual beli dan jasa juga dapat dilakukan secara digital melalui telepon genggam yang terhubung ke jaringan internet (Poon, W., C., 2008); Pencarelli, T., (2020). Selanjutnya, perkembangan penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet pada dunia bisnis ini ditunjukkan dengan maraknya bisnis online atau e-commerce dimana kita dapat melakukan proses jual-beli, pertukaran produk dan informasi, serta pemesanan jasa seperti ojek melalui jaringan internet Hojehgan, S., B. and A. N. Esfangareh, (2011); Sui, D., Z., and D. W. Rejeski, (2002). Proses jual beli mulai dari yang bernilai kecil sampai tak terhingga, termasuk saham atau sekuritas dapat kita akses secara digital. Perkembangan teknologi digital terlihat dengan munculnya mobile technology, akses internet tak terbatas, serta hadirnya teknologi cloud yang berguna dalam ekonomi digital Chen, Y., E. K. Kumara, and V. Sivakumar, (2022); Boja, C.,P. Pocatilu, and C. Toma, (2013). Perkembangan teknologi ini terjadi sebagai efek dari inovasi dan kreativitas manusia yang bertujuan untuk memberi kemudahan dalam aktivitas sehari-hari. Lebih lanjut, sebagai negara dengan pengguna internet terbanyak, Indonesia berpotensi besar

bagi perkembangan ekonomi digital atau proses digitalisasi bisnis Nugroho, L., (2022). Selain itu, saat ini berbagai kegiatan pada bisnis konvensional telah beralih ke bentuk digital atau digitalisasi bisnis sehingga guna mendorong perkembangan bisnis syariah untuk dapat bersaing dengan bisnis konvensional, kita harus menyesuaikan keadaan yaitu dengan melakukan digitalisasi pada bisnis syariah Nugroho L., dan D. Tamala, (2018). Digitalisasi bisnis akan bermanfaat besar bagi perkembangan bisnis syariah di Indonesia. Dalam melakukan bisnis online dengan prinsip syariah terdapat beberapa jenis akad yang perlu diketahui, diantaranya; akad jual beli kontan, akad salam (pemesanan), akad ji'alah (upah), akad ijarah (sewa), akad mudharabah (kerjasama), akad musyarakah, jual beli saham, jual beli valuta asing (mata uang/al-sharf), dan jual beli berjenjang (multi level marketing/MLM). Untuk menerapkan bisnis berlandaskan syariah, sebaiknya kita mengikuti apa yang telah Rasulullah contohkan, mulai dari kepribadian, sikap, hingga etika bisnisnya. Setelah pernikahannya dengan Khadijah, Muhammad menyibukkan diri dengan perdagangan sampai menerima wahyu menjadi Rasulullah. Rasulullah adalah pribadi yang terampil dalam menangani orang dan memiliki intelektual yang hebat Uyuni, B., (2020); Niati, N., H. Tanjung, and M. Yasid, (2020). Selain itu, sebagai pribadi yang jujur, beliau tak pernah menjual barang di atas harga pasar, menjelaskan spesifikasi atau kondisi barang dagangannya termasuk jika terdapat kecacatan pada barang tersebut. Sejalan dengan hal tersebut, Wakil Presiden Ma'ruf Amin juga menyatakan berkaitan dengan pentingnya digitalisasi ekonomi syariah sebagai solusi dari penurunan kinerja penjualan produk industri halal, dan dapat mempercepat proses audit online dalam pengajuan sertifikasi halal, serta meningkatkan keuangan sosial syariah khususnya dalam hal pembayaran ZISWAF secara online oleh masyarakat (Mursid, F., and M. Hanafii, 2022).

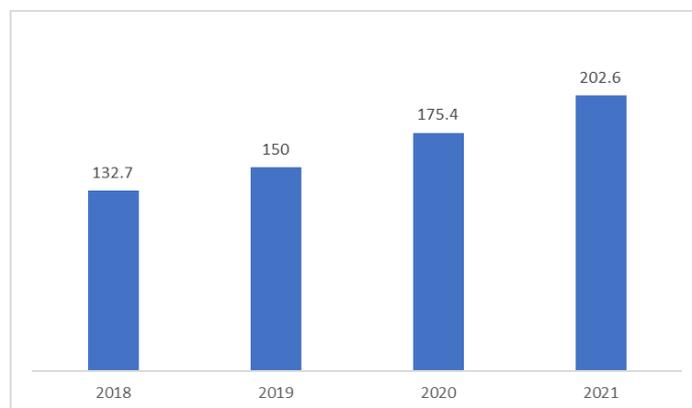
4.2. Peran Pemerintah Dalam Proses Digitalisasi Bisnis Syariah

Kemkominfo telah merumuskan Peta Jalan Indonesia Digital 2021-2024, dimana terdapat empat bagian penting yaitu: (i) infrastruktur digital; (ii) pemerintahan digital; (iii) ekonomi digital, dan; (iv) masyarakat digital. Selain itu, pemerintah juga telah mendirikan jaringan tulang punggung kabel serat optik Palapa Ring dan selanjutnya akan merilis Satelit Republik Indonesia I yang berukuran 150 Gbps, termasuk memasok internet di 150.000 titik layanan publik pemerintah, kesehatan dan pendidikan (Biro-Humas, 2021). Menurut Menkominfo, Johnny, "Pemerintah meningkatkan dana hibah perusahaan startup guna meningkatkan lapangan kerja baru, serta memperluas program dan instrumen pembayaran digital". Lebih lanjut, pemerintah melalui Kemkominfo berupaya memperkuat digitalisasi ekonomi melalui program yang menargetkan pembangunan UMKM dan Ultra Mikro, startup digital, sektor prioritas, pelaku industri digital dan kerjasama di berbagai forum internasional (Syahputra, E., and S. Nazara, 2022); Pemerintah telah menyiapkan cara menghadapi serangan cyber dan membereskan konten negatif yang menjadi penghambat berkembangnya digitalisasi ekonomi syariah di

Indonesia. Di tingkat hulu (upstream), serta berupaya menguatkan pilar masyarakat digital melalui Gerakan Nasional Literasi Digital (Dewi, R., K., and S. Hardiyanto, 2021). Dengan demikian dalam rangka menyukseskan program pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi, keuangan dan bisnis syariah, pemerintah juga telah berperan penting dalam mempersiapkan infrastruktur digital dan juga melakukan sosialisasi pentingnya akan digitalisasi bisnis syariah dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis syariah melalui peningkatan jangkauan dan pengetahuan digital dari masyarakat.

4.3. Potensi Digitalisasi Bisnis Syariah di Indonesia

Seperti yang kita ketahui, perkembangan bisnis syariah dirasa lambat dan belum mampu menyaingi bisnis konvensional. Sedangkan bisnis konvensional sendiri telah berkembang dan umum dilakukan oleh masyarakat sejak sebelum memasuki era digitalisasi. Saat ini bisnis konvensional telah beralih dari analog ke digital mulai dari proses promosi, penjualan, pemasaran, pembelian, pembayaran yang dapat dilakukan melalui cash, Cash on Delivery (COD), dan kredit digital, hingga pemilihan pengirim barang pesanan ke pembeli (currier). Model bisnis konvensional yang sudah menjadi digital pun bervariasi. Selain itu terdapat potensi yang besar apabila ditinjau dari jumlah pengguna internet Indonesia dengan jumlah terbesar di dunia yang ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar 4. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Periode 2018- 2021

Sumber: Nugroho, L., (2022)

Gambar 4 di atas, menunjukkan fenomena pengguna internet di Indonesia selama tahun 2018 hingga 2021 mengalami pertumbuhan yang signifikan yaitu bertambah sejumlah 69,9 juta orang atau meningkat sebesar 53% dari tahun 2018. Selain itu pengguna internet di Indonesia telah mencapai 202,6 juta jiwa. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat potensi pangsa pasar yang besar dari digitalisasi bisnis syariah.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini berupa conceptual paper ini, maka dapat disimpulkan:

1. Digitalisasi bisnis syariah sangat penting mengingat pada saat ini penggunaan dari teknologi informasi, komputer dan internet menjadi suatu keniscayaan dan menjadi bagian kehidupan sehari-hari masyarakat;
2. Pemerintah telah berperan melalui pembangunan infrastruktur untuk mendukung digitalisasi bisnis syariah dan juga memiliki program gerakan digitalisasi untuk meningkatkan literasi masyarakat terkait dengan bisnis digital;
3. Pangsa pasar dari digital bisnis syariah relatif besar ditinjau dari pengguna internet Indonesia sejumlah 202,6 juta jiwa.

6. DAFTAR PUSTAKA

- A. Akram, C. Sukmadilaga, and L. Nugroho, (2021). "Urgensitas, Keadilan dan Maqasid Syariah pada Merger Bank Syariah," *Hum. Falah*, vol. 8, no. 2, pp. 1–18.
- A. S. Vania, E. Nugraha, and L. Nugroho, (2020). "Does Earning Management Happen in Islamic Bank? (Indonesia and Malaysia Comparison)," 2018. Accessed: Jan. 24, 2020. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id>.
- Annur, C. M., (2021). "Jumlah Penduduk Indonesia 271,4 Juta Jiwa pada 2020, Mayoritas di Jawa," databoks.katadata.co.id.
- Anshary et al., (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia, First*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Bahari, N., P., L. Nugroho, A. Badawi, and N. Hidayah, (2021). "Analisa Manfaat Pembiayaan Gadai Emas Syariah: Studi Kasus Bank Syariah Mandiri-Tomang Raya," *J. REKSA Rekayasa Keuangan, Syariah, dan Audit*, vol. 8, no. 1, pp. 15–30.
- Biro-Humas, (2021). "Kementerian Komunikasi dan Informatika," www.kominfo.go.id, https://www.kominfo.go.id/content/detail/38457/siaran-pers-no-421hmkominfo122021-tentang-dukung-digitalisasi-ekonomi-syariah-menkominfo-pemerintah-siapkan-infrastruktur-dan-fasilitas/0/siaran_pers (accessed Nov. 29, 2022).
- C. Sukmadilaga et al., (2021). "Priority Factor Analysis on Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS) Utilization in Indonesian Shariah Capital Market," *Acad. Account. Financ. Stud. J.*, vol. 25, no. 5, pp. 1–14.
- Diantanti, N., P., et al., (2021). *Pengantar Bisnis Islam (Tinjauan Konsep dan Praktis)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.

- F. Mahliza, L. Nugroho, Y. M. Putra, E. Nugraha, and W. Sukiati, (2021). "Discourses of Muslim- Friendly Tourism (Indonesia Empirical Cases)," *J. Islam. Econ. Soc. Sci.*, vol. 2, no. 1, pp. 53–59.
- Irwansyah R., et al., (2021). *Marketing Digital Usaha Mikro*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Karyanto, B., et al., (2021). *Pengantar Ekonomi Syariah*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Kiranti, D.E., dan L. Nugroho, (2022). "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pengangguran serta Jabatan Kerja Kritis," *Ekon. Keuangan, Investasi dan Syariah*, vol. 3, no. 3, pp. 335–341, doi: 10.47065/ekuitas.v3i3.1145.
- Metanfanuan T., et al., (2021). *Pengantar Manajemen Potensi Desa: Aku Yakin desaku Punya Sejuta Potensi*. Bojonegoro: Agrapana Media.
- Muniarty, P., et al., (2021). *Kewirausahaan*. Bandung: CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Nugroho, L., (2020). "Isu, Konsep, dan Implementasi Bisnis Wisata Halal," in *Membangun Peradaban Berbasis Parwisata*, 1st ed., Nasya Expanding Management, pp. 41– 60.
- Nugroho, L., (2022). *Potret Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, First. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe.
- Nugroho, L., (2022). "Perkembangan Finansial Teknologi (Fintek di Indonesia)," in *Mengulas Fintech dalam Islam, Mengulas Fintech dalam Islam*.
- Nugroho, L., A. Badawi, E. Nugraha, and Y. M. Putra, (2021). "What Determines Islamic Performance Ratio of Islamic Banking in Indonesia: An Analysis Using Financing Deposit to Ratio as Moderator," *SHARE J. Ekon. dan Keuang. Islam*, vol. 10, no. 1, pp. 104–123, doi: 10.22373/share.v10i1.9314.
- Nugroho, L., C. Meiwanto Doktoralina, F. Indriawati, S. Safira, and S. Yahaya, (2020). "Microeconomics and Tawhid String Relation Concept (TSR)," *Int. J. Econ. Bus. Adm.*, vol. 8, no. 3, pp. 293–306, doi: 10.35808/ijeba/516.
- Nugroho, L., N. Hidayah, A. J. Ali, and A. Badawi, (2020). "E-commerce to improve homemaker productivity (women entrepreneur empowerment at Meruya Utara, Kembangan district, West Jakarta, Indonesia)," *Amalee Indones. J. Community Res. Engagem.*, vol. 1, no. 01, pp. 13–24.
- Nugroho, L., (2022). *Potret Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, First. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe.
- Nugroho, L., (2022). "Perkembangan Finansial Teknologi (Fintek di Indonesia)," in *Mengulas Fintech dalam Islam, Mengulas Fintech dalam Islam*.
- Nugroho, L., A. Badawi, E. Nugraha, and Y. M. Putra, (2021). "What Determines Islamic Performance Ratio of Islamic Banking in Indonesia: An Analysis Using Financing Deposit to Ratio as Moderator," *SHARE J. Ekon. dan Keuang. Islam*, vol. 10, no. 1, pp. 104–123, doi: 10.22373/share.v10i1.9314.

- Oktris, L., D. Tarmidi, L. Nugroho, L. Anasta, and A. Fadjareni, (2022). *Tips & Trik Cara Praktis Menyusun Skripsi dan Tesis, Pertama*. Yogyakarta: Pustaka Pranala.
- Pencarelli, T., (2020). "The digital revolution in the travel and tourism industry," *Inf. Technol. Tour.*, vol. 22, no. 3, pp. 455–476, doi: 10.1007/s40558-019-00160-3.
- Sudirman, Acai et al., (2021) *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*, Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Uyuni, B., (2020). "Dakwah Pengembangan Masyarakat (Masyarakat Madinah sebagai Prototipe Ideal Pengembangan Masyarakat)," *Spektra*, vol. 2, no. 1, pp. 12–14, doi: 10.34005/spektra.v2i1.1536.