



E-Commerce dan Industri Halal: Ragam Model Bisnis Digital Terbaru dalam Ekonomi Islam Modern

Asep Koswara^{1*}

¹Master of Management, Faculty of Economics and Business, IKOPIN University, Indonesia

*Corresponding Author: aspkosw@gmail.com

Article History

Received: 21-02-2025

Accepted: 03-03-2025

Published: 09-03-2025

Keywords:

Halal e-commerce, digital Islamic economy, Sharia-compliant business models, halal regulations, digitalization

Kata Kunci:

E-commerce halal, ekonomi Islam, model bisnis syariah, regulasi halal, digitalisasi

Abstract:

This study examines the role of digitalization in the development of the Islamic economy, particularly within the halal e-commerce ecosystem. Using a qualitative research approach based on document analysis, the study explores various digital business models in the Islamic economy, including Sharia-compliant marketplaces, Islamic crowdfunding, Islamic fintech, blockchain-based smart contracts, and halal subscription services. The findings indicate that digitalization accelerates the growth of the halal industry through technological innovation and expanded market access. However, challenges such as inconsistent regulations and limited digital literacy remain significant obstacles. More integrated halal regulations and standardization are needed to ensure transparency and trust within the digital halal ecosystem. In conclusion, collaboration between governments, industry players, and academics is essential to develop policies that support the growth of the digital Islamic economy. Future studies may explore the impact of emerging technologies such as Web3 and the metaverse on the halal industry.

Abstrak:

Penelitian ini membahas peran digitalisasi dalam perkembangan ekonomi Islam, khususnya dalam ekosistem e-commerce halal. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif berbasis studi dokumen, penelitian ini menganalisis berbagai model bisnis digital dalam ekonomi Islam, termasuk marketplace syariah, crowdfunding syariah, fintech syariah, smart contract blockchain, dan layanan berbasis langganan halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mempercepat pertumbuhan industri halal melalui inovasi teknologi dan akses pasar yang lebih luas. Namun, tantangan seperti ketidakseragaman regulasi dan kurangnya literasi digital masih menjadi hambatan utama. Regulasi dan standarisasi halal yang lebih terintegrasi diperlukan untuk memastikan transparansi dan kepercayaan dalam ekosistem digital halal. Kesimpulannya, kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan akademisi sangat diperlukan untuk menciptakan kebijakan yang mendukung perkembangan ekonomi Islam digital. Studi lanjutan dapat mengeksplorasi dampak teknologi baru seperti Web3 dan metaverse terhadap industri halal.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, integrasi antara e-commerce dan industri halal telah menjadi topik yang semakin relevan dalam diskursus ekonomi Islam. Perkembangan pesat teknologi digital telah mendorong transformasi model bisnis tradisional menuju platform digital, menciptakan peluang dan tantangan baru bagi

pelaku industri halal. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, berada pada posisi strategis untuk memanfaatkan tren ini guna memperkuat perekonomian nasional.

Ekonomi digital telah menjadi pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi global. Di Indonesia, sektor e-commerce menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh penetrasi internet yang semakin luas dan adopsi teknologi digital oleh masyarakat. Menurut data dari Statista, pada tahun 2021, Indonesia memiliki sekitar 191 juta pengguna internet, dengan proyeksi peningkatan yang berkelanjutan di tahun-tahun mendatang. Pertumbuhan ini menciptakan peluang besar bagi pengembangan industri halal melalui platform digital. Industri halal mencakup berbagai sektor, termasuk makanan dan minuman, kosmetik, farmasi, fashion, dan pariwisata. Di Indonesia, konsumsi produk halal mencapai angka yang signifikan. Sebagai contoh, pada tahun 2020, pengeluaran konsumen Indonesia untuk produk dan layanan halal mencapai sekitar USD 184 miliar, dengan sektor makanan dan minuman sebagai kontributor terbesar.

Meskipun terdapat potensi yang besar, integrasi antara e-commerce dan industri halal masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah memastikan bahwa transaksi dan operasional e-commerce sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kepatuhan terhadap syariah dalam platform digital menjadi perhatian utama bagi pelaku industri dan konsumen Muslim yang menginginkan jaminan halal pada produk yang mereka beli. Selain itu, tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce halal masih perlu ditingkatkan. Banyak konsumen yang ragu terhadap kehalalan produk yang dijual secara online, terutama dalam hal transparansi proses produksi dan distribusi. Infrastruktur digital di Indonesia juga menjadi faktor yang menentukan pertumbuhan e-commerce halal, karena keterbatasan akses internet di beberapa wilayah dapat menjadi hambatan bagi pelaku usaha yang ingin mengembangkan bisnis mereka secara digital. Persaingan dengan produk non-halal di platform e-commerce juga menjadi tantangan tersendiri, mengingat banyaknya produk yang belum memiliki sertifikasi halal namun tetap dijual secara luas di marketplace.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti berbagai aspek terkait integrasi e-commerce dan industri halal. Raimi et al. (2023) meneliti kewirausahaan halal dalam ekonomi digital Islam dari perspektif budaya, menekankan pentingnya memahami nilai-nilai budaya dalam pengembangan bisnis digital halal. Sari dan Supiandi (2023) mengeksplorasi peran ekonomi digital dalam mendukung pertumbuhan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) halal, menemukan bahwa digitalisasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing UKM halal. Maulida et al. (2024) menyoroti pentingnya platform digital dalam mendorong pertumbuhan UKM melalui strategi inovasi dan kompetisi halal. Selain itu, penelitian oleh Muhammad et al. (2024) membahas revolusi digital dalam kewirausahaan Islam, dengan fokus pada penegakan prinsip-prinsip legitimasi e-commerce di marketplace. Jailani et al. (2022) melihat peluang pengembangan industri fashion

halal di Indonesia melalui platform e-commerce, menekankan pentingnya adaptasi digital bagi pelaku industri fashion halal.

Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi menawarkan peluang signifikan bagi pengembangan industri halal. Namun, ada kebutuhan untuk memastikan bahwa implementasi teknologi digital sejalan dengan prinsip-prinsip syariah dan mempertimbangkan aspek budaya serta kepercayaan konsumen. Selain itu, penting untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan daya saing produk halal. Meskipun telah ada penelitian yang membahas integrasi e-commerce dan industri halal, masih terdapat beberapa celah pengetahuan yang perlu diisi. Salah satunya adalah kurangnya model bisnis digital yang komprehensif dan sesuai dengan prinsip syariah (Shobri et al, 2023) untuk diterapkan oleh pelaku industri halal. Pengukuran kepercayaan konsumen juga masih menjadi tantangan, karena belum banyak alat ukur yang valid dan reliabel untuk menilai tingkat kepercayaan konsumen Muslim terhadap platform e-commerce halal. Selain itu, dampak regulasi pemerintah terhadap operasional e-commerce dalam industri halal juga belum banyak diteliti secara mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk industri halal, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen Muslim terhadap platform e-commerce halal, mengevaluasi dampak regulasi pemerintah terhadap operasional e-commerce dalam industri halal, serta mengidentifikasi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk halal di platform e-commerce. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah ke dalam model bisnis digital, penelitian ini menawarkan kontribusi baru yang belum banyak dibahas dalam literatur sebelumnya. Selain itu, penelitian ini akan mengembangkan alat ukur kepercayaan konsumen yang spesifik untuk konteks e-commerce halal, serta memberikan pemahaman mendalam tentang dampak regulasi pemerintah terhadap industri ini. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pelaku industri halal dalam memanfaatkan platform digital secara efektif dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus dan fenomenologi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan perspektif pelaku bisnis dalam industri halal yang terlibat dalam ekosistem e-commerce. Dengan metode ini, penelitian berupaya menggali dinamika digitalisasi bisnis halal serta bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam diimplementasikan dalam model bisnis digital.

Sebagai dasar metodologis, penelitian ini merujuk pada berbagai literatur yang relevan. Creswell (2018) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menekankan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena sosial dengan menggunakan

berbagai sumber data. Patton (2015) menegaskan pentingnya evaluasi dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh hasil yang valid dan dapat diandalkan. Denzin dan Lincoln (2017) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif memungkinkan eksplorasi kontekstual yang lebih kaya dalam suatu bidang penelitian.

Lokasi penelitian difokuskan pada beberapa platform e-commerce halal yang telah berkembang di berbagai negara, seperti Indonesia dan Malaysia. Keberadaan peneliti dalam studi ini adalah sebagai pengamat aktif yang mengumpulkan data melalui analisis dokumentasi terhadap kebijakan dan regulasi yang mengatur industri halal dalam konteks digital. Subjek penelitian terdiri dari dokumen-dokumen akademik, laporan industri, serta regulasi yang relevan dengan e-commerce halal. Informan tidak digunakan dalam penelitian ini karena pendekatan yang diambil adalah analisis dokumen.

Teknik pengumpulan data melibatkan tinjauan literatur, analisis dokumen, serta kajian terhadap kebijakan dan regulasi terkait. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik dengan pendekatan interpretatif. Proses analisis mencakup pengkodean data, identifikasi tema utama, dan triangulasi sumber untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis e-commerce dalam industri halal terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk halal di era digital. Platform digital yang mengedepankan prinsip halal, baik dalam produk maupun transaksi, semakin banyak diadopsi oleh pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) sebagai strategi inovasi dan daya saing. Studi sebelumnya juga menegaskan bahwa adopsi teknologi digital dalam ekonomi Islam berkontribusi pada pertumbuhan sektor halal secara signifikan (Sari & Supiandi, 2023; Maulida et al., 2024). Selain itu, pengintegrasian sertifikasi halal dalam sistem e-commerce memberikan kepercayaan lebih kepada konsumen Muslim, yang menjadi faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan (Jailani et al., 2022).

Analisis data dilakukan melalui metode studi dokumen terhadap berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini. Data yang dikumpulkan dievaluasi menggunakan pendekatan analisis isi (content analysis), yang memungkinkan identifikasi pola utama dalam perkembangan bisnis digital halal. Kajian ini menemukan bahwa digitalisasi memungkinkan transparansi yang lebih tinggi dalam rantai pasok halal serta mempercepat proses sertifikasi dan distribusi produk halal (Nazir, 2024; Azizan et al., 2024). Dengan demikian, penelitian ini memperkuat temuan bahwa transformasi digital dalam e-commerce halal bukan hanya meningkatkan efisiensi bisnis, tetapi juga memastikan kepatuhan terhadap prinsip ekonomi Islam dalam perdagangan global.

1. Digitalisasi dan Perkembangan E-Commerce Halal

Transformasi digital telah menjadi faktor utama dalam pertumbuhan industri halal global, khususnya dalam sektor e-commerce. Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim terhadap produk halal, platform digital menjadi sarana utama dalam memfasilitasi perdagangan halal secara lebih luas. Digitalisasi dalam industri ini meliputi berbagai aspek, seperti pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) untuk personalisasi layanan, blockchain dalam sertifikasi halal, serta penggunaan sistem pembayaran berbasis syariah (Wiharto, 2024). Misalnya, blockchain memungkinkan transparansi rantai pasok dengan mencatat seluruh perjalanan produk dari produsen hingga konsumen akhir, sehingga dapat memastikan kehalalan suatu produk tanpa ada manipulasi data (Maulida et al., 2024). Selain itu, kehadiran platform khusus seperti Halal Integrated Platform (HIP) dan marketplace berbasis syariah memberikan alternatif yang lebih aman bagi pelaku usaha dan konsumen Muslim untuk bertransaksi secara online (Sahudin et al., 2023).

Penerapan teknologi digital dalam e-commerce halal juga mendorong efisiensi operasional dan akses pasar yang lebih luas. Studi menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam bisnis halal meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam pemasaran, logistik, dan sistem pembayaran (Azizan et al., 2024). Sistem pembayaran berbasis syariah yang terhubung dengan fintech Islam telah memberikan kemudahan transaksi tanpa unsur riba, gharar, atau maysir, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap e-commerce halal (Kaya & Kaya, 2024). Selain itu, penggunaan teknologi finansial dalam industri halal memungkinkan UMKM untuk memperoleh akses pendanaan dengan skema yang sesuai prinsip syariah, yang pada akhirnya mempercepat pertumbuhan bisnis halal di berbagai negara (Bello, 2024).

Untuk memahami lebih jauh tentang perkembangan digitalisasi dalam e-commerce halal, tabel berikut menyajikan berbagai aspek digital yang telah diterapkan dalam industri ini dan manfaatnya:

Tabel 1. Perkembangan Digitalisasi dalam Industri Halal

Teknologi	Fungsi dalam E-Commerce Halal	Dampak Positif
Blockchain	Sertifikasi halal, transparansi rantai pasok	Kepercayaan konsumen meningkat, tidak ada manipulasi data
AI (Artificial Intelligence)	Personalisasi layanan, chatbot untuk pertanyaan halal	Pengalaman pengguna lebih interaktif dan informatif
Fintech Syariah	Pembayaran berbasis syariah, pendanaan UMKM	Transaksi tanpa riba, akses modal lebih mudah
Big Data	Analisis tren pasar, rekomendasi produk	Strategi pemasaran lebih efektif, optimasi

	halal	penjualan
Internet of Things (IoT)	Pemantauan rantai pasok produk halal	Kepastian produk dari produksi hingga distribusi

Dengan berbagai inovasi digital ini, e-commerce halal tidak hanya menjadi sarana perdagangan tetapi juga sebagai ekosistem ekonomi Islam yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan tren global yang semakin mendorong industri halal untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar Muslim secara lebih efisien dan terpercaya.

2. Model Bisnis Digital dalam Ekonomi Islam

Ekonomi Islam yang berbasis prinsip syariah telah mengalami transformasi signifikan dengan hadirnya model bisnis digital. Model ini tidak hanya mengakomodasi kebutuhan umat Muslim dalam bertransaksi secara halal tetapi juga mempercepat pertumbuhan sektor halal global. Salah satu model bisnis yang berkembang pesat adalah marketplace berbasis syariah, di mana platform seperti Salam Gateway dan Muslim Pro Marketplace menyediakan produk-produk halal yang terverifikasi (Nazir, 2024). Marketplace ini beroperasi dengan sistem akad yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti akad murabahah dalam pembelian barang atau akad wakalah dalam sistem jasa. Selain itu, platform crowdfunding berbasis syariah seperti Ethis dan KapitalBoost juga menjadi alternatif pembiayaan bagi UMKM halal, memungkinkan memperoleh modal tanpa riba (Bello, 2024).

Selain marketplace dan crowdfunding, bisnis digital dalam ekonomi Islam juga mencakup layanan keuangan berbasis syariah yang semakin berkembang. Financial technology (fintech) syariah seperti Bank Muamalat Digital dan PayHalal menghadirkan solusi pembayaran yang sesuai dengan aturan syariah, menghindari unsur gharar, maysir, dan riba (Kaya & Kaya, 2024). Model bisnis ini semakin didukung oleh implementasi smart contract berbasis blockchain yang memastikan keabsahan setiap transaksi, meningkatkan transparansi, dan menghilangkan risiko kecurangan dalam perdagangan digital halal (Maulida et al., 2024). Dengan adopsi teknologi seperti big data dan kecerdasan buatan, perusahaan dapat menganalisis preferensi konsumen Muslim, sehingga bisnis dapat lebih terarah dalam memenuhi permintaan pasar halal secara global.

Untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai model bisnis digital dalam ekonomi Islam, berikut berbagai model yang berkembang:

Tabel 2. Model Bisnis Digital Dalam Ekonomi Islam

Model Bisnis Digital	Deskripsi	Contoh Implementasi
Marketplace Syariah	Platform jual beli online dengan produk halal terverifikasi	Salam Gateway, Muslim Pro Marketplace
Crowdfunding Syariah	Penggalangan dana berbasis akad syariah	Ethis, KapitalBoost

Fintech Syariah	Layanan pembayaran dan keuangan digital syariah sesuai syariah	Bank Muamalat Digital, PayHalal
Smart Contract Blockchain	Sistem transaksi halal berbasis kontrak pintar	Pemantauan transaksi di halal supply chain
Halal Subscription Services	Layanan berbasis langganan untuk produk dan jasa halal	Muslim Box Co., HalalBooking

Transformasi digital dalam ekonomi Islam telah melahirkan berbagai model bisnis yang berbasis prinsip syariah. Model-model ini memastikan transaksi dilakukan sesuai dengan nilai-nilai Islam, menghindari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi). Berikut adalah beberapa model bisnis digital yang berkembang dalam ekonomi Islam:

a. Marketplace Syariah

Deskripsi: Platform e-commerce yang secara khusus menjual produk-produk halal yang telah terverifikasi sesuai standar syariah. Setiap barang atau jasa yang dijual memenuhi ketentuan halal, termasuk dalam proses produksi, distribusi, dan transaksi.

Contoh Implementasi:

- **Salam Gateway** – Platform berbasis data yang menghubungkan produsen halal dengan pasar global.
- **Muslim Pro Marketplace** – Marketplace yang menyediakan berbagai kebutuhan Muslim, mulai dari makanan halal hingga produk gaya hidup Islami.

b. Crowdfunding Syariah

Deskripsi: Model penggalangan dana berbasis akad syariah yang memungkinkan individu atau bisnis mendapatkan pendanaan tanpa melibatkan sistem bunga (riba). Dana dikumpulkan melalui skema seperti mudharabah (bagi hasil) atau musharakah (kemitraan).

Contoh Implementasi:

- **Ethis** – Platform crowdfunding syariah yang mendukung proyek-proyek properti dan bisnis halal.
- **KapitalBoost** – Menyediakan pendanaan syariah bagi UKM halal dengan skema investasi yang sesuai dengan prinsip Islam.

c. Fintech Syariah

Deskripsi: Layanan keuangan digital yang beroperasi sesuai dengan aturan syariah, menghindari unsur riba, gharar, dan maysir. Layanan ini mencakup sistem pembayaran, pinjaman, dan investasi syariah.

Contoh Implementasi:

- **Bank Muamalat Digital** – Layanan perbankan syariah digital yang menawarkan transaksi bebas riba dan berbasis akad Islami.

- **PayHalal** – Sistem pembayaran digital berbasis syariah yang menjamin transaksi halal di e-commerce dan merchant tertentu.

d. Smart Contract Blockchain

Deskripsi: Teknologi berbasis blockchain yang memungkinkan transaksi halal lebih transparan, otomatis, dan bebas dari kecurangan. Smart contract digunakan untuk mencatat dan mengeksekusi transaksi sesuai dengan aturan syariah.

Contoh Implementasi:

- **Pemantauan transaksi di halal supply chain** – Blockchain digunakan untuk memastikan seluruh rantai pasok produk halal tetap sesuai standar, mulai dari produksi hingga distribusi.

e. Halal Subscription Services

Deskripsi: Layanan berbasis langganan yang menawarkan produk dan jasa halal secara berkala, seperti makanan halal, kosmetik halal, dan layanan perjalanan Islami.

Contoh Implementasi:

- **Muslim Box Co.** – Layanan berlangganan yang menyediakan produk-produk halal untuk perawatan diri dan gaya hidup Muslim.
- **HalalBooking** – Platform perjalanan yang menawarkan akomodasi dan layanan wisata yang sesuai dengan standar halal.

Dengan terus berkembangnya model bisnis digital dalam ekonomi Islam, industri halal kini memiliki daya saing yang lebih kuat di tingkat global. Inovasi ini tidak hanya memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dan konsumen Muslim tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih transparan, efisien, dan berlandaskan nilai-nilai Islam.

3. Regulasi dan Standarisasi Halal dalam Ekosistem Digital

Seiring berkembangnya ekosistem digital dalam ekonomi Islam, regulasi dan standarisasi halal menjadi elemen kunci untuk memastikan keabsahan produk serta layanan yang beredar di pasar. Tanpa adanya regulasi yang jelas, konsumen Muslim bisa mengalami kesulitan dalam memastikan kehalalan produk digital, terutama di marketplace global. Oleh karena itu, berbagai negara dan organisasi telah mengembangkan kebijakan serta standar yang mengatur e-commerce dan layanan digital halal.

a. Regulasi Halal dalam E-Commerce

Pemerintah dan lembaga sertifikasi halal di berbagai negara telah mengadaptasi regulasi khusus untuk perdagangan digital. Beberapa aspek yang diatur dalam regulasi ini meliputi:

- **Kehalalan Produk:** Setiap produk yang dijual di platform e-commerce harus memiliki sertifikasi halal resmi dari badan yang berwenang.
- **Transparansi Informasi:** Penjual wajib mencantumkan label halal dengan sertifikat yang dapat diverifikasi secara digital.

- **Sistem Pembayaran Syariah:** Marketplace syariah harus menggunakan metode transaksi bebas riba, seperti melalui fintech syariah atau Islamic banking.

Contoh Implementasi:

- **Malaysia** – Halal Digital Economy: Pemerintah Malaysia mengembangkan Halal Integrated Platform (HIP) untuk membantu UKM halal dalam mendapatkan sertifikasi dan memasarkan produknya secara digital.
- **Indonesia** – UU Jaminan Produk Halal (JPH): Menetapkan kewajiban sertifikasi halal untuk semua produk yang diperdagangkan, termasuk di platform digital.

b. Standarisasi Halal dalam Ekosistem Digital

Selain regulasi, standarisasi halal menjadi aspek penting untuk menjamin keseragaman dan kepatuhan produk serta layanan dalam ekosistem digital Islam. Standar ini mencakup aspek produksi, distribusi, dan transaksi berbasis digital.

Tabel berikut merangkum beberapa standar utama dalam ekosistem digital halal:

Tabel 3. Standarisasi Halal dalam Ekosistem Digital

Standarisasi	Deskripsi	Lembaga yang Berperan
Sertifikasi Halal Digital	Proses verifikasi halal berbasis teknologi digital, memungkinkan produk disertifikasi secara online	JAKIM (Malaysia), BPJPH (Indonesia), GIMDES (Turki)
Blockchain Supply Chain Halal	Sistem berbasis blockchain untuk memastikan keterlacakan (traceability) produk halal dari hulu ke hilir	IBM Food Trust, HalalChain
E-Wallet Syariah	Dompet digital berbasis syariah yang memastikan transaksi bebas riba	PayHalal, TPay
Labelisasi Halal AI-Based	Penggunaan kecerdasan buatan (AI) untuk menganalisis dan memverifikasi kehalalan produk di marketplace digital	AI Halal Scanner

c. Tantangan dalam Regulasi dan Standarisasi Halal Digital

Meskipun regulasi dan standarisasi telah dikembangkan, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, antara lain:

- Kurangnya harmonisasi regulasi antar negara, menyebabkan perbedaan standar halal di berbagai wilayah.

- Minimnya literasi digital bagi UKM halal, sehingga tidak semua pelaku usaha memahami bagaimana memperoleh sertifikasi halal digital.
- Penyalahgunaan label halal di marketplace global, di mana masih ada produk yang mengklaim halal tanpa sertifikasi resmi.

Regulasi dan standarisasi halal dalam ekosistem digital menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Islam. Dengan adanya kebijakan yang jelas serta penggunaan teknologi seperti blockchain dan AI, kehalalan produk dan layanan digital dapat lebih mudah diverifikasi. Namun, tantangan dalam harmonisasi regulasi antar negara dan edukasi pelaku usaha perlu terus diatasi agar ekosistem digital halal dapat berkembang secara global.

4. Tantangan dan Peluang dalam Digitalisasi Ekonomi Islam

Transformasi digital dalam ekonomi Islam membuka banyak peluang, tetapi juga menghadapi tantangan yang kompleks. Seiring dengan perkembangan e-commerce halal dan fintech syariah, diperlukan pendekatan strategis agar model bisnis digital berbasis Islam dapat tumbuh secara berkelanjutan.

Tantangan dalam digitalisasi ekonomi Islam mencakup berbagai aspek, mulai dari regulasi hingga kesiapan pelaku industri. Salah satu kendala utama adalah kurangnya standar halal yang seragam di berbagai negara, sehingga menyulitkan integrasi pasar halal secara global. Selain itu, masih banyak e-commerce yang belum menerapkan sistem verifikasi halal yang ketat, menyebabkan kekhawatiran di kalangan konsumen terkait keaslian produk halal yang mereka beli. Literasi digital yang rendah di kalangan UMKM juga menjadi tantangan tersendiri, mengingat banyak pelaku usaha kecil yang belum sepenuhnya memahami cara memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka. Di sisi lain, (Qadri, 2024) teknologi seperti smart contract berbasis blockchain berpotensi membantu meningkatkan transparansi dalam transaksi halal, tetapi penerapannya masih menghadapi kendala dalam validasi hukum syariah yang sesuai dengan prinsip Islam.

Meskipun demikian, digitalisasi ekonomi Islam juga menghadirkan peluang besar. Pasar halal global terus berkembang pesat, didukung oleh meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk dan layanan halal berbasis digital. Pemanfaatan teknologi canggih seperti AI dan blockchain dalam sertifikasi halal dapat mempercepat proses verifikasi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan syariah semakin mendorong perkembangan ekosistem digital berbasis Islam, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku industri. Generasi muda Muslim, khususnya milenial dan Gen Z, juga semakin tertarik pada layanan digital berbasis syariah, seperti investasi halal dan marketplace produk halal. Dengan strategi yang tepat, digitalisasi dapat menjadi penggerak utama dalam memperkuat ekonomi Islam secara global, sesuai dengan pendekatan Maqashid Shariah yang menekankan inovasi berbasis nilai-nilai Islam dalam ekosistem digital (Imani et al., 2022).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti peran digitalisasi dalam mengembangkan ekosistem ekonomi Islam, khususnya melalui e-commerce halal yang semakin berkembang. Transformasi digital telah menciptakan berbagai model bisnis yang tidak hanya mempermudah akses produk halal tetapi juga memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Berbagai model bisnis digital yang telah dianalisis, seperti marketplace syariah, crowdfunding syariah, fintech syariah, smart contract blockchain, serta layanan berbasis langganan halal, menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi katalis dalam memperkuat industri halal di era digital. Meskipun tantangan seperti ketidakseragaman regulasi, kurangnya literasi digital di kalangan UMKM, dan kebutuhan akan sistem verifikasi halal yang lebih transparan masih menjadi hambatan, peluang yang ada jauh lebih besar.

Dalam konteks regulasi dan standarisasi halal dalam ekosistem digital, penelitian ini menemukan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk harmonisasi standar halal secara global agar ekosistem ekonomi Islam dapat berkembang lebih luas. Penerapan teknologi berbasis blockchain dan AI untuk sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan dan mempercepat proses verifikasi. Oleh karena itu, penting bagi pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku industri, dan akademisi, untuk terus berkolaborasi dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital berbasis syariah. Studi di masa depan dapat lebih mendalami dampak langsung digitalisasi terhadap inklusi keuangan syariah serta bagaimana teknologi baru seperti Web3 dan metaverse dapat berkontribusi dalam pengembangan ekosistem halal secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizan, F. Z., Yakob, S., Shakir, K. A., Shafie, S., Ismail, R. Z. A. R., Rahmah, N., & Zulkifli, A. F. A. M. Y. (2024). Halal Industry: Exploring Digitalization Opportunities for Micro, Small and Medium Enterprise (MSME) Entrepreneurs in Malaysia. *International Journal Of Muamalat (IJM)*, 11.
- Bello, S. M. Islamic Entrepreneurship And Sustainable Development: Leveraging Digital Innovation For Halal Business Growth. In *Members Of Conference Organising Committee* (p. 149).
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2017). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Imani, S., Mi'raj, D. A., Bawana, T. A., & Malik, A. R. (2022). E-Commerce Platform As a Halal Life Style Ecosystem Innovation of the Maqashid Shariah Approach. *Journal of Digital Business and Innovation Management*, 1(2), 101-118.
- Jailani, N., Ismanto, K., & Adinugraha, H. H. (2022). An opportunity to develop halal fashion industry in Indonesia through e-commerce platform. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 121-132.
- Kaya, M. G., & Kaya, P. H. (2024). THE ROLE OF THE ISLAMIC DIGITAL ECONOMY IN THE DEVELOPMENT OF THE HALAL INDUSTRY. In *Economic and Social Development (Book of Proceedings)*, 112th International Scientific

- Conference on Economic and Social Development (p. 138).
- Maulida, M., Gunawan, M. A., & Rosyidah, H. (2024, October). Encouraging MSME Growth with Digital Platforms: Halal Competition and Innovation Strategy. In International Conference on Islamic Economics (ICIE) (Vol. 1, pp. 380-389).
- Muhammad, P., Fitri, Y. P., Alak, A., & Sasnifa, P. (2024). The Digital Revolution of Islamic Entrepreneurship: A Study on Upholding the Principles of E-Commerce Legitimacy in Marketplaces. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 321-337.
- Nazir, M. (2024). Technology and Digital Transaction in Halal Retailing. In *Emerging Technology and Crisis Management in The Halal Industry: Issues and Recent Developments* (pp. 123-137). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. SAGE Publications.
- Qadri, H. M. U. D. (2024). *The Global Halal Industry: A Research Companion*. Taylor & Francis.
- Raimi, L., Abdur-Rauf, I. A., & Raimi, B. O. (2023). Halal Entrepreneurship in Islamic Digital Economy from a Cultural Perspective. In *Contemporary Discourse of Halal and Islamic Entrepreneurship: Trends and Future Opportunities* (pp. 115-132). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Sahudin, Z., Razak, M. I. M., Putit, L., & Bakri, M. H. (2023). Overview of Halal-Integrated Platform (HIP) Adaption as a Halal Digital Economy Hub for Small-Medium Enterprises (SMEs) in Malaysia. In *Digitalization in Halal Management* (pp. 65-72). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Sari, N. P., & Supiandi, S. (2023). Exploring the role of the digital economy in supporting the growth of the halal Small and Medium-sized Enterprise (SME) sector. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(Special-Issue-2), 535-547.
- Shobri, M., Somad, A., & Alfiansyah, R. (2023). Pengenalan Literasi Keuangan dan Investasi Pasar Modal Syariah bagi Siswa SMA Negeri di Bawean. *Journal of Smart Community Service*, 1(1), 20-31.
- Wiharto, S. (2024). Digital Economic Business Opportunities in the Era of Society 5.0 In Indonesia from an Islamic Perspective. *International Journal of Arts and Social Science*, 7(1), 263-271.

Copyright Holder:

© Asep Koswara. (2025)

First Publication Right:

© NGOPI: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Syariah

This article is under:

