

Peran Digitalisasi Ekonomi dalam Perspektif Islam

Edo Parpadma Nagri¹

Program Studi Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Malang

*E-mail: edoparpadmanagri@gmail.com

Abstract

Perkembangan teknologi pada bidang ekonomi memberikan dampak mobilitas individu yang mana individu mencari yang cepat hanya satu genggam untuk membeli kebutuhan atau keinginan dengan koneksi internet untuk mengakses pada platform media yang disediakan dari penyedia media jual beli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami Peran Digitalisasi Ekonomi Dalam Perspektif Islam. Dengan metode yang digunakan yaitu studi literatur. Penelitian menggunakan metode studi kepustakaan. Berbagai sumber dianalisis untuk memperoleh simpulan dari penelitian ini. Perkembangan teknologi tidak lupa akan dengan menggunakan prinsip islam atau syariah guna memberikan kepercayaan pada pembeli agar mendapat kepercayaan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan penjual. Hasil dari penelitian ini adalah Perkembangan teknologi pada bidang ekonomi tidak lupa dengan prinsip islam sebagai pedoman atau biasa dikenal syariah yang mana pada prinsip didalam nya tidak merugikan pada konsumen atau pembeli guna menghindari keburukan dan didasari nilai – nilai kebenaran pada sistem perekonomiannya.

Keywords: digitalisasi ekonomi, islam, ekonomi



Licensees may copy, distribute, display and perform the work and make derivative works and remixes based on it only if they give the author or licensor the credits ([attribution](#)) in the manner specified by these. Licensees may copy, distribute, display, and perform the work and make derivative works and remixes based on it only for [non-commercial](#) purposes.

Pendahuluan

Pada era digital sekarang perkembangan teknologi dalam kehidupan sehari-hari adalah guna menunjang kehidupan masyarakat atau memangkas waktu yang digunakan untuk melakukan kegiatan interaksi dalam berbagai bidang, termasuk bidang ekonomi, dalam hal ini era digital menunjang dalam mobilitas individu dalam melakukan sebuah kegiatan dalam interaksi jual beli dalam memenuhi kebutuhan kehidupan keseharian manusia yang mana digitalisasi membantu manusia dalam mengakses atau melakukan interaksi dalam perekonomian dimana saja tanpa dibatasi waktu dan tempat yang hanya menggunakan jaringan internet guna mengkoneksikan atau mengakses sistem agar bisa melakukan kegiatan ekonomi (Anggraeni, Ni M. S. & Yasa, 2012).

Digitalisasi dalam perekonomian berkembang cepat dengan adanya platform e-commerce guna mempermudah dalam transaksi yang mana pembeli tinggal memilih produk dengan smartphone selanjutnya semua hanya dengan klik dan dengan satu genggam pembeli bisa membeli apa yang dibeli untuk sebagai memenuhi kebutuhan dalam kesehariannya, selain toko online juga berkembang dalam sistem pembayaran yakni e-money yang memudahkan dalam bertransaksi guna membeli atau sekedar membayar kebutuhan dalam kehidupan sehari – hari (Machmud, 2010). Selain dalam bidang jual beli dan sistem pembayaran ada juga dalam bidang penyedia jasa kendaraan yakni grab dan gojek yang merupakan salah satu digitalisasi ekonomi yang dirasakan hampir seluruh kalangan yang menyediakan jasa dengan akses yang sangat mudah (Mursal, 2015).

Digitalisasi ekonomi merupakan sebuah sosiopolitik dan sistem ekonomi yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrumen informasi dan pemrosesan informasi dan kapasitas komunikasi (Ansori, 2016). Dari pernyataan tersebut dapat

ditarik kesimpulan digitalisasi ekonomi adalah suatu pengembangan ekonomi dengan mengubah pada sistem konvensional menjadi sistem digital yang memberikan dampak pada manusia di lingkungan waktu, tempat, maupun mobilitas pada manusia. Pada perkembangan digital pada masa sekarang tidak dapat dipungkiri bahwa inovasi – inovasi yang berkembang pada lingkungan sekitar dapat memberikan dampak signifikan dan menguntungkan pada pandemi saat ini yang sedang melanda kehidupan manusia dan memberikan keuntungan pada ekonomi yang mengurangi kerumunan agar mengurangi mata rantai penyebaran pandemic (Budiarta, K., Ginting, S. O., & Simarmata, 2020).

Peran ekonomi digital ialah semakin mudahnya aktivitas jual beli melalui berbagai platform yang semakin mudah konsumen untuk memperoleh barang dan jasa sebagai contoh elektronik dagang sebagai contoh tokopedia, shoppe, lazada, dan lain – lain (Sianturi, 2017). Selain itu juga dapat menghubungkan konsumen langsung dengan produsen, termasuk berbagai usaha mikro, kecil dan menengah seluruh kalangan (Hadi, A. P., Putri, N. K., & Faturokhman, 2019). Hal tersebut bisa memberikan gambaran pada layanan E-Banking untuk memberikan stimulus atau rangsangan pada masyarakat tentang digital yang berkembang pada saat ini. Selain itu juga sebagai modal masa depan dengan cepatnya teknologi digital berkembang di lingkungan masyarakat dan bisa memberikan efisien dalam waktu ruang maupun mobilitas individu (Ismail, 2011).

Ekonomi islam ialah usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang per orang atau kelompok orang atau kelompok orang atau badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial menurut prinsip syariah (Ansori, 2016:4). Dalam ekonomi islam atau berbasis syariah tidak lupa kita menggunakan rukun akad agar dalam ekonomi digital memberikan kenyamanan atau kepercayaan antar pembeli dan penjual yaitu ada pihak-pihak yang berakad, shighah atau ijab qabul, Al-ma'qud alaih atau objek akad, tujuan pokok akad tersebut dilakukan (Lestari, 2018). Dengan melakukan akad bisa menjadikan syarat agar memberikan kepercayaan dan keterbukaan antar pembeli dan penjual agar membuat dalam interaksi jual beli saling percaya.

Pemparan diatas dapat ditarik ialah digitalisasi ekonomi merupakan perubahan sistem pada ekonomi konvensional menjadi digital yang memudahkan penjual dan pembeli tanpa harus bertatap muka secara langsung yang mana bisa bertransaksi dimanapun berapa antara penjual dan pembeli dengan menggunakan smartphone / gawai yang tidak dibatasi oleh ruang, waktu, dan mempermudah mobilitas antara penjual dan pembeli (Kotler, 2005). Dalam transaksi jual beli pada online tidak luput dengan permasalahan yang ada yang mana kurang tepatnya picture yang dijual untuk memberikan kepercayaan dari islam sendiri memberikan rukun akad untuk memberikan kepercayaan yaitu ada pihak – pihak yang berakad, shighah atau ijab qabul, Al-ma'qud alaih atau objek akad, dan tujuan pokok akad tersebut dilakukan (Nurfalah, I. & Rusydiana, Slamet, 2017).

Metode

Pendekatan berdasar pada kajian tentang Peran Digitalisasi Ekonomi Dalam Perspektif Islam. Pengembangan interpersonal dan kelompok digunakan sebagai alat analisis dalam tulisan ini. Tulisan ini merupakan tulisan gagasan berbasis pada tahapan studi kepustakaan. Studi kepustakaan yang dilakukan yaitu studi yang objek penelitiannya berupa karya-karya kepustakaan, baik berupa buku, artikel pada jurnal ilmiah dan jurnal populer dalam media massa. Studi kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah yang berkaitan dengan situasi yang diteliti. Sumber-sumber kepustakaan ini kemudian menjelaskan tentang Peran Digitalisasi Ekonomi Dalam Perspektif Islam.

Hasil dan Pembahasan

a. Digitalisasi Ekonomi

Digitalisasi ekonomi merupakan inovasi pada sistem ekonomi yang memberikan kemudahan pada pengguna yang mana diberikan untung karena pengguna bisa mengakses dimanapun berapa tanpa batas ruang dan waktu tinggal menyambungkan dengan koneksi

internet untuk mengakses ke sistem selain itu juga memberikan mobilitas bagi pengguna yang tidak bisa datang ke tempat yang bisa mengurangi waktu untuk melakukan transaksi yang memakan waktu lumayan bagi pengguna memiliki kesibukan yang lebih, selain itu pengertian digitalisasi ekonomi ialah sebuah sosiopolitik dan sistem ekonomi yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrumen informasi dan pemrosesan informasi dan kapasitas komunikasi (Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, 2020). Perilaku pada zaman sekarang kalangan masyarakat sudah termakan akan teknologi yang ada yang mana menjadikan kebiasaan untuk browsing pada dunia maya dimanapun tempat pasti melakukan kegiatan mengakses internet entah itu hanya mencari informasi terkini ataupun menggunakan media sosial sebagai interaksi pada teman jauh dengan kemajuan zaman media zaman media sosial digunakan sebagai platform jual beli sebagai contoh instragam ataupun facebook yang mana pada kalangan pengguna media sosial tidak hanya anak muda tetapi semua kalangan yang sadar akan melek digital yang berkembang untuk mengikuti perkembangan teknologi yang semakin cepat seiring perkembangan zaman pada saat ini (Wahyuni, T., Marsdenia, M., & Soenarto, 2018).

b. Ekonomi Islam atau Syariah

Ekonomi islam ialah Ekonomi islam ialah usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang per orang atau kelompok orang atau kelompok orang atau badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial menurut prinsip syariah (Swastha, 2001). Pada ekonomi syariah juga memiliki karakteristik didalam yaitu memiliki nilai – nilai dalam melaksanakan ekonomi dengan didasari kebenaran untuk menjauhi keburukan atau sifatnya merugikan konsumen untuk memberikan kepercayaan dan kemudahan konsumen (Prasetyo, 2018). Pada ekonomi islam tidak lupa akan rukun akad untuk melakukan kegiatan ekonomi yang mana sebagai dasar hukum penjual agar pembeli mendapatkan kepercayaan dari penjual yaitu: a) Pihak – pihak yang berakad yaitu adanya penjual dan pembeli yang sesuai peran masing – masing yang mana penjual memnjual produk ataupun jasa yang ditawarkan pada lapaknya untuk sebuah objek yang harus ada pada yang ditawarkan pada pembeli, begitupun pembeli seorang individu pemilik modal untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan penjual kepada pembeli; b) Shighah atau ijab qobul yaitu suatu perjanjian antara penjual dan pembeli dengan persyaratan yang dibuat oleh penjual dan disetujui oleh pembeli dengan sadar untuk melakukan transaksi pada produk yang ditawarkan penjual dan di beli oleh pembeli dengan membaca persyaratan yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak untuk transaksi; c) Objek akad yaitu produk yang dijual dari penjual untuk di promosikan pada pembeli yang mana objek yang dijual harus sempurna dalam arti tidak ada cacat agar tidak terjadi penipuan pada pembeli. Penjual pada objek akad biasanya akan memberikan spesifikasi sesuai produk yang dimiliki dengan pengetahuan pada bidangnya agar penjual bisa menyakinkan pembeli dengan pengalaman yang dimiliki penjual agar tidak memberikan informasi tidak benar semestinya; d) Tujuan dari akad ialah penjual menjual sesuai syariat islam yang dianjurkan pada penjual yang mana tidak melenceng pada aturan islam yang berlaku yang mana tidak menjual barang yang tida semestinya dijual sebagai contoh miras, barang yang masa berlakunya sudah melewati batas, atau pun barang yang tidak sesuai dengan kondisi asli yang merugikan pembeli. (Lestari, 2018).

Prinsip – prinsip pada ekonomi islam sebagai berikut: a) Larangan Maisyir ialah tindakan perjudian yang berarti seorang ingin mendapatkan harta tanpa usaha atau susah payah berkerja ataupun untuk memperkaya diri sendiri dengan merugikan orang lain; b) Larangan gharar ialah suatu tindakan penipuan yang merugikan orang lain dengan transaksi terdapat unsur – unsur tersembunyi yang dilakukan untuk memperkaya salah satu pihak yang mana keuntungan ialah penjual; c) Larangan melakukan hal haram yaitu hukum yang dijatuhkan pada suatu benda yang dilarang digunakan atau dikonsumsi karena tidak sesuai anjuran Allah dari barang yang jual atau prolehan baranag; d) Larangan dzalim yaitu tindakan yang merugikan

orang lain ataupun menyakiti orang lain dengan maksud tertentu karena dalam islam ekonomi yang dilakukan harus atas dasar saling ridho maka islam tidak membenarkan hal ini; e) Larangan menimbun yaitu kegiatan menimbun baang yang bermaksud memproleh keuntungan yang besar dengan cara menjual barang yang sudah ditimbun ketika harga barang yang ditimbun harganya melonjak; f) Larangan riba yaitu tambahan atas suatu transaksi yang dilakukan biasanya dalam utang piutang yaitu dalam bentuk bunga. (Subagio, I. S., & Saraswati, 2020).

c. Peran Digitalisasi Ekonomi

Pada era digital ini manusia dimudahkan dengan media digital yang mana dipermudah dengan serangkaian sistem dengan jaringan koneksi internet memberikan akses lebih pada mobilitas manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti halnya peran pada digitalisasi ekonomi sebagai berikut: a) Ekonomi digital meningkatkan mobilitas dalam berbagai dimensi yaitu individu dapat mengakses apapun tanpa dengan batasan untuk menawarkan barang pada konsumen dengan aturan tertentu sesuai penyedia media yang digunakan guna memberikan keamanan antara pembeli dan penjual; b) Data sebagai sumber nilai adalah fitur utama ekonomi digital yaitu pengumpulan data dari beberapa kegiatan dan pelaku pasar untuk mendapatkan nilai baik pada kegiatan pemasaran produk yang ditawarkan dari penjual ke pembeli; c) Efek jaringan meresap dalam ekonomi digital yaitu memberikan inovasi dalam melakukan metode pembayaran dan metode pembelian. Dalam metode pembayaran bisa menggunakan melalui uang elektronik ataupun fitur bank yang sudah memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan e-banking yang mana pembeli tidak secara langsung datang ke pedagang. Pada metode pembelian individu bisa membeli produk dengan menggunakan platform dari penyedia media yang sudah berkembang pada masyarakat sekitar. (Budiarta, K., Ginting, S. O., & Simarmata, 2020).

Kesimpulan

Perkembangan teknologi pada era sekarang dapat memudahkan pada bidang ekonomi dengan mudah individu melakukan transaksi pada jual beli guna memenuhi kebutuhan dalam kegiatan sehari – hari hanya dengan satu genggaman manusia bisa membeli keinginan menggunakan media gawai yang terkoneksi internet untuk mengakses platform yang berkembang saat ini, inovasi – inovasi yang dikembangkan manusia semakin cepat dengan perkembangan zaman. Perkembangan teknologi pada bidang ekonomi tidak lupa dengan prinsip islam sebagai pedoman atau biasa dikenal syariah yang mana pada prinsip didalam nya tidak merugikan pada konsumen atau pembeli guna menghindari keburukan dan didasari nilai – nilai kebenaran pada sistem perekonomiannya.

Daftar Rujukan

- Anggraeni, Ni M. S. & Yasa, N. N. K. (2012). E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 16(2), 61–69.
- Ansori, A. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam*, 6(2), 77–84.
- Budiarta, K., Ginting, S. O., & Simarmata, J. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hadi, A. P., Putri, N. K., & Faturokhman, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal AKUNTABEL*, 16(2), 165–171.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Ed. 11, Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 1–10.

<https://doi.org/https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>

- Lestari, N. (2018). Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 4(1), 22–30.
- Machmud, A. (2010). *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Study Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Mursal. (2015). Implementasi Prinsip-prinsip Ekonomi Syariah, Alternative Mewujudkan Kesejahteraan Berkeadilan. *Jurnal Prespektif Ekonomi Darussalam*, 1(1), 15–24.
- Nurfalah, I. & Rusydiana, Slamet, A. (2017). Digitalisasi Keuangan Syariah Menuju Keuangan Inklusif. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 1(1), 22–28.
- Prasetyo, Y. (2018). *Ekonomi Syariah*. Bandung: Aria Mandiri Group.
- Sianturi, P. (2017). Peran Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inspirasi*, 8(2), 56–64.
- Subagio, I. S., & Saraswati, E. (2020). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM di Purbalingga. *Journal of Law, Economics, and English*, 2(1), 15–23.
- Swastha, B. (2001). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Wahyuni, T., Marsdenia, M., & Soenarto, I. (2018). Analisis Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengukuran Kinerja UMKM di Wilayah Depok. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(2), 63–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.7454/jvi.v4i2.97>