

Syariah Compliance Pada Tata Kelola Bisnis Digital di Indonesia

Andi Amma Ruhmah

Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Sina Batam, Indonesia

Article Info

Keywords:

Tata Kelola,
Bisnis Digital,
Syariah Compliance,
Bisnis Halal

ABSTRACT

Perkembangan bisnis digital telah membuka peluang besar untuk menjangkau pasar, transformasi digital juga menghadirkan tantangan etis, terutama dalam menjaga kepatuhan syariah (*syariah compliance*). Artikel ini membahas pentingnya tata kelola bisnis digital yang mengintegrasikan teknologi modern dengan tata Kelola berbasis syariah compliance. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, tulisan ini mengidentifikasi peluang dan hambatan dalam meraih potensi bisnis halal berbasis digital, serta menawarkan strategi praktis untuk membangun ekosistem bisnis digital yang tidak hanya kompetitif tetapi juga memenuhi aspek etika yaitu patuh terhadap hukum yang berlaku (*Syariah Compliance*)

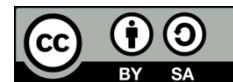
Article history:

Received 06 03, 2025

Revised 06 10, 2025

Accepted 06 14, 2025

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Andi Amma Ruhmah

Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Sina Batam, Indonesia

Email: aaruhmah@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital kian hari telah mengubah lanskap sektor bisnis, khususnya sektor keuangan global, termasuk bisnis dan ekonomi syariah di negara dengan populasi muslim (Contoh : Indonesia dan Malaysia) (Cut Afrina, 2023). Salah satu fitur utama dari era digitalisasi adalah terciptanya konektivitas yang luas dan cepat. Internet menjadi media yang menyatukan dunia secara global sehingga memungkinkan komunikasi instan, akses informasi tanpa batas. Dalam konteks bisnis, era digitalisasi menggambarkan perubahan model bisnis tradisional ke model digital. Bisnis digital mengadopsi teknologi digital untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan berinovasi dalam produk dan layanan. Pergeseran ini juga mencakup perubahan dalam cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan dengan meningkatnya preferensi terhadap solusi-solusi yang bersifat digital, disamping itu. Tantangan terkait privasi, keamanan siber, dan kesenjangan digital juga menjadi perhatian serius di Tengah perkembangan pesat teknologi saat ini (Berliana Putri, 2023).

Tantangan ini dapat dilihat dari data Kerugian Konsumen pada Ekonomi Digital Indonesia yang diterima Badan Perlindungan konsumen, Total kerugian Rp 443 M nilai kerugian yang berhasil dipulihkan hanya sekitar **Rp44,8 miliar**, atau sekitar **10%** dari total kerugian yang dilaporkan. (Retno Ayuningrum, 2025)

Sejalan dengan data aduan dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat bahwa pengaduan terkait e-commerce menyumbang 13.1% dari total pengaduan yang diterima pada tahun 2023, dengan keluhan masalah refund sebagai keluhan terbanyak (Rika Anggaraeni, 2025).



Dari data tersebut mengindikasikan perannya stake holder dalam menjalankan bisnis digital di Indonesia, khususnya kepatuhan syariah pada sektor jasa dan keuangan syariah.

METODE PENELITIAN

Kajian ini mendeskripsikan bagaimana dinamika penerapan syariah compliance pada tata kelola bisnis digital. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam studi ini melalui kajian Pustaka (Syafriada Hafni Sahir, 2022). Studi ini menggunakan literature dengan mengumpulkan data dan Informasi terkait syariah compliance pada tata Kelola bisnis digital dalam meraih potensi bisnis di Indonesia.

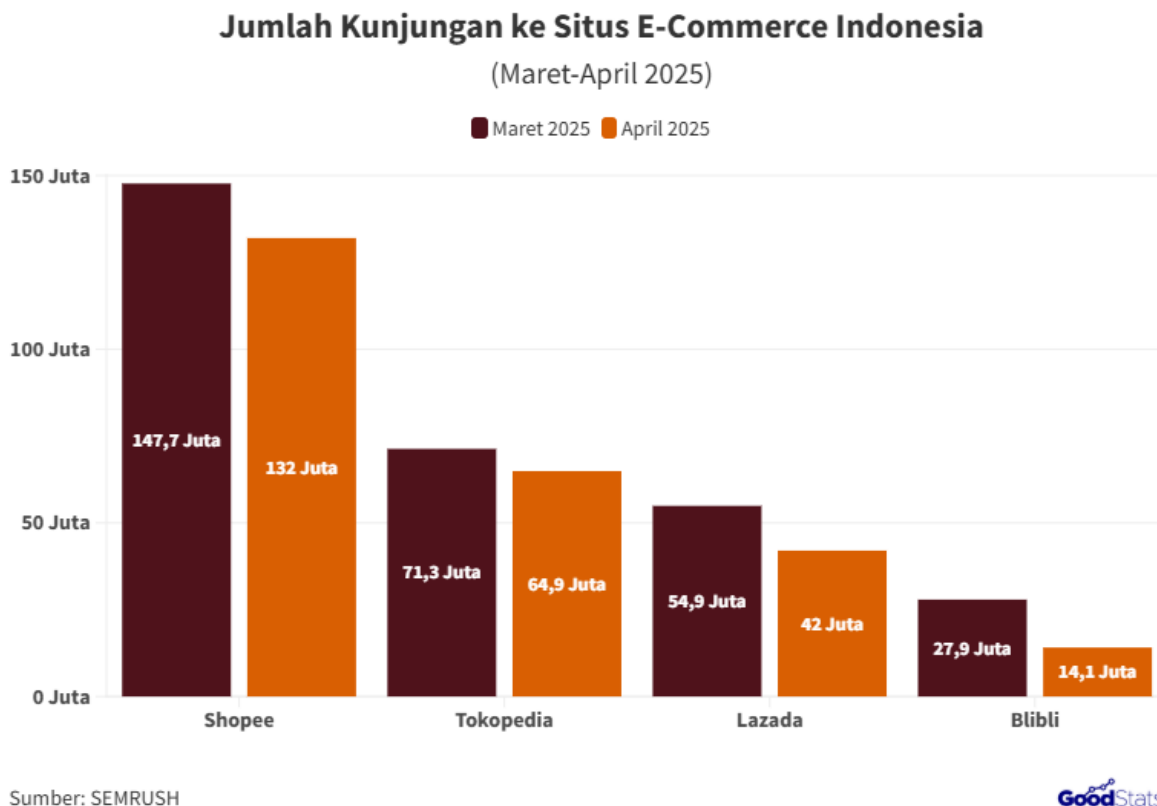
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Bisnis Digital di Indonesia

Dinamika perekonomian di Indonesia tidak terlepas dari perkembangan serta kemajuan teknologi, infrastruktur, produktifitas dan inovasi diberbagai sektor. Ilmu pengetahuan yang terus berkembang memberikan dampak terhadap kemajuan teknologi yang semakin canggih. Inovasi yang dimunculkan dari teknologi memberikan kemudahan dan manfaat untuk manusia dalam beraktivitas. Perkembangan teknologi juga diiringi dengan perkembangan cara menyampaikan informasi dalam berkomunikasi yang dikenal dengan istilah Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Perkembangan TIK pada masa prasejarah hanya menggunakan bahasa isyarat dan terus berkembang hingga pada tahun 1876 Alexander Graham Bell mengirimkan surat pertama melalui telepon. Sejak saat itu TIK terus mengalami perkembangan sampai akhirnya internet muncul pada tahun 1969 yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika, U.S. Defense Advance Research (DARPA) dengan tujuan keperluan militer untuk menghubungkan daerah atau wilayah vital, program riset ini adalah Advanced Research Project Agency Network yang lebih dikenal dengan nama ARPANET. Secara umum, internet adalah sebuah jaringan komputer yang saling terhubung dengan menggunakan suatu sistem standar global TCP/IP yang digunakan sebagai protokol pertukaran paket dalam melayani miliaran pengguna yang terdapat diseluruh dunia.

Seiring dengan hal tersebut, perkembangan gaya hidup manusia berubah. Mulai dari pola pikir yang tradisional juga perlahan-lahan berubah, diantaranya pada bentuk perdagangan elektronik yang mengarah pada transaksi jual beli barang dan jasa yang dikenal dengan istilah *e-commerce*. (Eri Yanti Nasution, n.d.)

E-commerce kini menjadi salah satu tulang punggung perekonomian digital Indonesia. Pada 2023, *gross merchandise value* (GMV) dari sektor *e-commerce* mencapai US\$62 miliar, menyumbang 75,6% terhadap GMV ekonomi digital nasional. GMV ekonomi digital Indonesia diproyeksi mencapai US\$200 miliar hingga US\$360 miliar per 2030, *e-commerce* masih menjadi penyumbang utama. Tidak hanya itu, sekitar 66,28% pelaku usaha di Indonesia tercatat mengalami kenaikan omzet rata-rata tahunan mencapai 50% setelah menggunakan platform daring untuk menjalankan usahanya. (Agnes Z. Yonatan, n.d.)



Data terkini pada grafik tersebut menunjukkan adanya penyusutan jumlah kunjungan ke situs *e-commerce* pada April 2025 lalu. Penyusutan ini terlihat di 4 situs *e-commerce* raksasa, yakni Shopee, Tokopedia, Lazada, hingga Blibli. Penurunan ini disinyalir akibat melemahnya daya beli masyarakat, di mana kini warga lebih fokus untuk memenuhi kebutuhan pokok alih-alih membeli hal yang diinginkan. Fenomena ini diakibatkan melemahnya ekonomi nasional hingga gelombang masif PHK yang mengakibatkan lebih dari 20 ribu pekerja menjadi korban pada awal tahun ini. Penghasilan semakin berkurang dengan biaya hidup yang terus meningkat membuat masyarakat terpaksa menekan pengeluaran dengan memangkas hal-hal di luar kebutuhan pokok.

Penurunan jumlah kunjungan ke situs *e-commerce* di Indonesia patut diwaspadai. Pada saat pandemi Covid-19 lalu, industri *e-commerce* tumbuh pesat. Penurunan yang terjadi saat ini harus menjadi alarm pemerintah untuk bisa melahirkan kebijakan yang mendorong daya beli masyarakat, mendorong sektor unggulan ini berkontribusi semakin besar pada ekonomi nasional. (Agnes Z. Yonatan, n.d.)

Pasar Bisnis dan Keuangan Syariah dalam konteks Bisnis Digital

Dari potensi yang disebutkan diatas, bahwa dunia bisnis dan keuangan syariah juga berdampak pada sektor pakaian muslim, serta pembayaran dengan menggunakan platform perbankan syariah. Digitalisasi sistem layanan perbankan diharapkan dapat meningkatkan penetrasi pasar syariah. Berkaca dari pengalaman bank-bank konvensional, keberadaan SuperApp, atau aplikasi yang



menyediakan aneka layanan dan fungsi dalam satu platform, telah meningkatkan jumlah transaksi digital dan menopang kinerja intermediasi perbankan.

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024 yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, indeks literasi keuangan syariah di Indonesia sebesar 39,11 persen, sedangkan indeks literasi keuangan syariah sebesar 12,88 persen. Artinya, kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk keuangan syariah masih tergolong rendah meski telah memiliki tingkat pemahaman yang cukup. (Agustinus Yoga Primantoro, 2024).

Sektor lain yang juga berkontribusi pada pasar bisnis dan keuangan syariah adalah adanya peningkatan transaksi religius yang berkenaan dengan pembayaran zakat, infaq, sedekah yang kini dominan dilakukan via platform digital syariah. Kementerian Agama mencatat, 97 persen pembayaran zakat 2024 dilakukan secara digital karena didorong oleh kemudahan dan keamanan transaksi. (Universitas Tazkia, 2025)

Dari hal tersebut dapat dipahami bahwa diperlukan kompetensi, afiliasi dan edukasi tata kelola bisnis digital yang baik dalam mengembangkan dan memanfaatkan potensi pasar bisnis halal di Indonesia. (Andi Amma Ruhmah, 2024)

Syariah Compliance : Sinergi Pengawasan Hukum Ekonomi Syariah dari Hulu sampai Hilir

Tata kelola bisnis digital adalah tugas bersama mulai dari pemerintah sampai konsumen itu sendiri. Hal ini diperlukan sinergi bersama dalam melakukan tata kelola, khususnya pengawasan kegiatan bisnis digital syariah. Berikut ini komponen yang berperan penting dalam pengawasan pelaksanaan kepatuhan syariah :

1. Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Otoritas Jasa Keuangan atau OJK adalah lembaga yang independen dan pembentukannya dilatarbelakangi oleh adanya kebutuhan di sektor jasa keuangan. Kebutuhan yang dimaksud terkait dengan penataan kembali lembaga-lembaga yang difungsikan untuk mengatur dan mengawasi sektor keuangan. Pembentukan OJK didasarkan pada UU OJK dengan fungsi menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi dengan seluruh kegiatan dalam sektor jasa keuangan. Adapun sektor-sektor yang dimaksud, seperti perbankan, pasar modal, dan sektor jasa keuangan non-bank (asuransi, dana pensiun, dan lainnya). (Tim Hukumonline, n.d.)

Dalam konteks kekinian, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) semakin dituntut untuk membuat regulasi terkait dengan munculnya industri jasa dan keuangan yang inovatif. (Luqman Nurhisam, 2016). Mengingat tren pembayaran digital berbasis syariah dipengaruhi oleh tren hadirnya pasar bisnis digital. OJK juga berperan dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat untuk mengurangi risiko kejahatan digital. Dalam konteks ini, kolaborasi antara OJK dan lembaga lain, termasuk kementerian dan penegak hukum, menjadi kunci dalam memerangi kejahatan keuangan digital yang semakin kompleks. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah ada, masih terdapat tantangan dalam penerapannya, terutama dalam kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan data pribadi. Oleh karena itu, upaya berkelanjutan dalam edukasi dan

pengawasan diperlukan untuk memastikan perlindungan yang efektif bagi Masyarakat.(NARTY HUSAIN, 2025)

2. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia /DSN MUI

Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dibentuk dalam rangka mewujudkan aspirasi umat Islam mengenai masalah perekonomian dan mendorong penerapan ajaran Islam dalam bidang perekonomian/keuangan yang dilaksanakan sesuai dengan tuntunan syariat Islam Pembentukan DSN-MUI merupakan langkah efisiensi dan koordinasi para ulama dalam menanggapi isu-isu yang berhubungan dengan masalah ekonomi/keuangan. Berbagai masalah/kasus yang memerlukan fatwa akan ditampung dan dibahas bersama agar diperoleh kesamaan pandangan dalam penanganannya oleh masing-masing Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang ada di lembaga keuangan syariah Untuk mendorong penerapan ajaran Islam dalam kehidupan ekonomi dan keuangan, DSN-MUI akan senantiasa dan berperan secara proaktif dalam menanggapi perkembangan masyarakat Indonesia yang dinamis dalam bidang ekonomi dan keuangan. (DSN MUI, n.d.)

Di Indonesia, tingkat pengawasan pertama dinamai dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan tingkat pengawasan berikutnya di level nasional dinamai dengan Dewan Syariah Nasional (DSN). (Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, 2003)

Seperti diketahui bahwa anggota DSN terdiri dari beberapa ulama, praktisi, maupun pakar ekonomi syariah yang sebelumnya ditunjuk dan diangkat oleh MUI dengan masa bakti kepengurusan selama lima (5) tahun. DSN memiliki tanggung jawab dalam memastikan atau mengawal kepatuhan syariah, baik dalam produk maupun operasional dari industri keuangan syariah itu sendiri. Untuk mendukung para anggota dewan syariah dalam menjalankan tugasnya, DSN menyiapkan aturan yang diperlukan, terkait dengan kualifikasi keanggotaan, tugas dan kewajiban, pengakuan fatwa yang diterbitkan, serta independensi mereka dari berbagai intervensi dari berbagai pihak. Tugas DSN adalah mengawasi produk-produk lembaga keuangan syariah agar sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ada di dalam syariah. Maka dari itu, DSN membuat aturan dalam bentuk guidelines dengan mengkaji, menggali, dan merumuskan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah yang mana dalam bentuk fatwa untuk dijadikan pedoman dalam kegiatan transaksi dan analisis produk dan jasa di lembaga keuangan syariah. Secara rinci, berikut tugas dan wewenang daripada DSN antara lain mengeluarkan fatwa dan mengawasi penerapan fatwa yang telah diterapkan .(Rizal Yahya dkk, 2009)

Dari pemaparan tersebut dapat dipahami bahwa kedudukan Dewan Syariah Nasional dan Dewan Pengawas Syariah sangat menentukan terciptanya kepatuhan syariah yang merupakan unsur dalam keberadaan dan keberlangsungan usaha bagi industri keuangan syariah,(Luqman Nurhisam, 2016) khususnya juga pada bisnis digital syariah dengan terus mengkaji penerapan qawaid fihiyyah yang relevan dalam konteks kekinian dan dapat



menjadi kunci untuk menciptakan sistem keuangan yang transparan, adil, dan berkelanjutan. (Muhammad Iqbal Azhari, 2024)

Dengan adanya sinergi dari Otoritas Jasa Keuangan dan Dewan Syariah Nasional dalam mewujudkan dalam mengawasi bisnis digital di Indonesia untuk dapat menghadapi peluang dan tantangan diiringi dengan kebijakan dan hukum ekonomi yang terus berkembang

KESIMPULAN

Kepatuhan syariah pada tata kelola bisnis digital syariah di Indonesia dapat diwujudkan dengan adanya sinergi bersama oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI), sinerginya dapat terus dikembangkan melalui kebijakan dan fatwa yang juga terkini sesuai dengan konteks kekinian sebagai upaya dalam menghadapi informasi dan teknologi yang terus maju dan berkembang.

REFERENSI

- Agnes Z.Yonatan. (n.d.). *Jumlah Kunjungan ke Situs E-Commerce Indonesia Melemah*. Retrieved June 15, 2025, from https://goodstats.id/article/jumlah-kunjungan-ke-situs-e-commerce-indonesia-melemah-Xza8b?utm_source
- Agustinus Yoga Primantoro. (2024). *Digitalisasi Tingkatkan Penetrasi Pasar Keuangan Syariah*. <https://www.kompas.id/artikel/digitalisasi-tingkatkan-penetrasi-pasar-keuangan-syariah>
- Andi Amma Ruhmah, D. E. N. A. (2024). Digital Halal Entrepreneurship : MemaksimalkanPotensiBisnisHalalDiIndonesia. *Technical and Vocational Education International Journal (TAVEIJ)* . <https://doi.org/10.55642/taveij.v4i1.622>
- Berliana Putri, R. N. A. D. M. (2023). Eksistensi Prinsip Ekonomi Mikro Islam Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Digitalisasi. *SHARING: Journal of Islamic Economics, Management and Business*.
- Cut Afrina, M. R. I. A. (2023). Analisis Sistem Pembayaran Digital dalam Ekonomi Syariah: Tantangan dan Peluang untuk Bisnis Halal . *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung. (2003). *Manajemen Syariah dalam Praktik*,. Gema Insani.
- DSN MUI. (n.d.). *Sekilas tentang DSN-MUI*. Retrieved June 16, 2025, from <https://dsnmui.or.id/kami/sekilas/>
- Eri Yanti Nasution, P. H. L. S. H. W. P. (n.d.). *Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Retrieved June 15, 2025, from https://www.researchgate.net/publication/356897051_Perkembangan_Transaksi_Bisnis_E-Commerce_terhadap_Pertumbuhan_Ekonomi_di_Indonesia
- Luqman Nurhisam. (2016). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Industri Keuangan Syariah . *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*. <https://journal.uui.ac.id/IUSTUM/article/view/5075/4489>
- Muhammad Iqbal Azhari, A. A. R. (2024). Analisis Qawaid Fiqhiyyah dalam Menghadapi Isu Kontemporer Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Addayyan*. <https://www.jurnalstaiibnusina.ac.id/index.php/AD/issue/view/32>
- NARTY HUSAIN. (2025). PERAN OTORITAS JASA KEUANGAN (OJK) DALAM MENGATASI KEJAHATAN DIGITALSTUDI KASUS KEBOCORAN DATA PADA BANK SYARIAH INDONESIA. *Jurnal Yalamqa*. <http://jurnal.yalamqa.com/index.php/gara/article/view/176>
- Retno Ayuningrum. (2025). *BPKN Terima 1.802 Aduan Konsumen, Total Kerugian Rp 443 M*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7820037/bpkn-terima-1-802-aduan-konsumen-total-kerugian-rp-443-m>
- Rika Anggaraeni. (2025). *Kemendag Terima 3.682 Aduan Konsumen pada 2024, 97% soal E-Commerce*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20250109/12/1830197/kemendag-terima-3682-aduan-konsumen-pada-2024-97-soal-e-commerce>
- Rizal Yahya dkk. (2009). *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*,. Salemba Empat.



- Syafrida Hafni Sahir. (2022). *Metodologi Penelitian*.
<https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafriada.pdf>
- Tim Hukumonline. (n.d.). *Tujuan, Fungsi, Tugas dan Wewenang OJK*. Retrieved June 16, 2025, from <https://www.hukumonline.com/berita/a/tugas-dan-fungsi-ojk-lt624e445a5e213/>
- Universitas Tazkia. (2025). *Lebaran & Fintech Syariah: Tren Transaksi Digital Naik Hingga 300%, Apa Penyebabnya?* <https://tazkia.ac.id/berita/populer/1292-lebaran-fintech-syariah-tren-transaksi-digital-naik-hingga-300-apa-penyebabnya>