

FITUR TOKOPEDIA HALAL CORNER SEBAGAI E-COMMERCE HALAL DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI DIGITAL BERBASIS SYARIAH DI MASYARAKAT

Tria Nanda Taskiya

Universitas Muhammadiyah Surabaya

trianandatskya@gmail.com

Abstrak

Ekonomi syariah di Indonesia memiliki strategi utama sebagai upaya mengembangkan ekonomi syariah di Indonesia. Salah satunya adalah program penguatan ekonomi digital syariah. Salah satu media andalannya adalah melalui e-commerce. E-commerce merupakan perdagangan elektronik yang cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. Dalam dunia bisnis, peluang e-commerce masih sangat luas, mengingat pangsa pasar yang tersedia (terutama di Indonesia) masih terbuka lebar. Tokopedia sebagai e-commerce terbesar ikut serta dalam pengembangan ekonomi digital dengan merilis fitur syariah yang disebut dengan Tokopedia Halal Corner. Penelitian ini memiliki rumusan dan tujuan untuk mengetahui peran fitur Tokopedia Halal Corner dalam pengembangan ekonomi digital syariah di masyarakat. Metode yang digunakan melalui pendekatan kualitatif pada studi literatur dari beberapa referensi jurnal, buku dan artikel. Selanjutnya setiap data dikumpulkan, diperiksa secara subjektif dan dibuat secara jelas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model transaksi bisnis Tokopedia Halal Corner sudah sesuai dengan model kepatuhan e-commerce syariah. Hal ini terlihat dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli mencapai kesepakatan atas dasar suka sama suka, objek atau produk memiliki informasi dan harga yang jelas, serta bebas dari transaksi yang dilarang dalam Islam (*riba, maysir, gharar, haram*).

Kata kunci : *e-commerce, ekonomi syariah, pengembangan ekonomi, pengembangan bisnis.*

Abstract

Islamic economics in Indonesia has a main strategy as an effort to develop Islamic economics in Indonesia. One of them is the sharia digital economy strengthening program. One of the mainstay media is through e-commerce. E-commerce is electronic commerce which is a way to sell and buy goods and services via the internet network. In the business world, e-commerce opportunities are still very broad, considering that the available market share (especially in Indonesia) is still wide open. Tokopedia, as the largest e-commerce, participates in the development of the digital economy by releasing a sharia feature called the Tokopedia Halal Corner. This research has a formulation and purpose to determine the role of the Tokopedia Halal Corner feature in the development of the Islamic digital economy in society. The method used is through a qualitative approach to the study of literature from several reference journals, books and articles. Furthermore, each data is collected, examined subjectively and made clear. The results of this study indicate that the Tokopedia Halal Corner business transaction model is in accordance with the sharia e-commerce compliance model. This can be seen by the existence of transactions between sellers and buyers reaching agreements on the basis of consensual, objects or products that have clear information and prices, and are free from transactions that are prohibited in Islam (usury, maysir, gharar, haram).

Keywords: *e-commerce, Islamic economics, economic development, business development.*

Pendahuluan

Perekonomian dunia maupun nasional semakin mengalami pertumbuhan seiring dengan berkembangnya teknologi di bidang ekonomi. Tidak hanya ekonomi konvensional saja yang mengalami perkembangan, begitu juga dengan ekonomi syariah. Dengan bersirinya sistem pembayaran ataupun pembiayaan syariah, pembayaran zakat, donasi dan lain-lain yang dapat dilakukan, sehingga ekonomi Islam (syariah) kini telah tumbuh dan berkembang pesat (dalam jaringan). Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan cepat sesuai permintaan konsumen. Untuk mengatasi masalah tersebut, kini muncul transaksi yang

menggunakan media internet untuk menghubungkan produsen dan konsumen. Transaksi bisnis melalui internet lebih dikenal dengan nama e-business dan e-commerce. Melalui e-commerce, seluruh manusia di muka bumi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk bersaing dan berhasil berbisnis di dunia maya. Akan tetapi, belum banyak e-commerce maupun market place yang berspesialisasi untuk menjual produk halal dan bertransaksi secara syariah.

Berdasarkan hasil data administrasi kependudukan per November 2022, total penduduk Indonesia mencapai 278.752.361 jiwa. Jumlah penganut Agama Islam mencapai 87,2% atau sekitar 229 juta jiwa. Tokopedia sebagai situs urutan pertama

pengunjung terbanyak di Indonesia yang mayoritas penganut agama Islam. Secara tidak langsung pengunjung situs jual beli Tokopedia.com mayoritas penganut agama Islam.

Teknologi digital merupakan terobosan serta inovasi baru dalam seluruh kegiatan ekonomi. ASEAN Investment Report 2018 mendefinisikan ekonomi digital sebagai aplikasi teknologi menggunakan internet dalam produksi dan perdagangan barang dan jasa. Konsep ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Don Tapscott dalam bukunya yang dipublikasikan pada tahun 1995 yang berjudul *The Digital Economy*, menurutnya ekonomi digital adalah keadaan sosiopolitik dan sistem ekonomi yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrumen, kapasitas, dan pemesanan informasi. Di Indonesia sendiri sudah tersedia berbagai macam e-commerce dan fintech yang mana perusahaan ini telah merilis masing-masing fitur ataupun produk-produk syariahnya. Untuk e-commerce ada Tokopedia, Shopee, Blibli, yang masing-masing e-commerce telah merilis fitur berbasis syariah seperti Tokopedia Salam, Shopee Barokah, dan Blibli Hasanah. Sedangkan untuk fintech syariah ada Ammana, dan Dana Syariah dan FintekSyariah. Adapun perusahaan fintech konvensional yang telah menyediakan pembiayaan berbasis syariah pada platformnya yaitu LinkAja yang merilis fitur LinkAja Syariah pada aplikasinya.

Salah satu situs e-commerce terpopuler yaitu Tokopedia yang menerima 66 juta kunjungan per bulan, lebih banyak dari situs e-commerce lainnya. Tujuan bisnis teknologi Indonesia Tokopedia adalah untuk mewujudkan pemerataan ekonomi secara digital. Sebagai salah satu perusahaan unicorn terbesar di Indonesia, Tokopedia berinisiatif untuk mengembangkan aplikasi mereka dengan menambahkan fitur syariah yaitu Tokopedia Halal Corner dalam aplikasinya tersebut bisa mempermudah masyarakat dalam memenuhi beragam kebutuhan sehari-hari dengan berbagai pilihan produk halal dan layanan yang baik secara lebih lengkap, mudah dan Amanah. Program ekonomi syariah Tokopedia Halal Corner ini focus pada produk halal yakni kecantikan halal, Kesehatan halal, makanan dan minuman halal, fashion muslim, serta perlengkapan ibadah. Selain itu pada fitur Tokopedia Halal Corner telah tersedia pilihan zakat, wakaf, reksadana syariah, donasi dan qurban.

Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan ekonomi digital syariah di Indonesia dan bagaimana peran e-commerce Tokopedia Halal Corner dalam pengembangan ekonomi masyarakat.

Kajian Pustaka

1. Definisi Marketplace Halal

E-commerce menurut Philip Kotler didefinisikan sebagai saluran *online* yang dapat diakses oleh masyarakat umum melalui komputer, digunakan oleh para pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan

bisnis, dan digunakan oleh konsumen untuk memperoleh informasi dengan menggunakan bantuan komputer. Proses ini dimulai dengan penyediaan layanan informasi kepada konsumen ketika membuat pilihan.¹ *Marketplace* adalah sebuah platform tempat bagi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi produk/jasa pada website aplikasi belanja. Platform ini memungkinkan pembeli untuk menemukan produk/layanan dari beberapa penjual di toko *online* yang berbeda. Setiap produk yang masuk dalam platform berisi spesifikasi rincian dan deskripsi kondisi tiap produk.²

Singkatnya, *e-commerce* adalah transaksi jual beli atau transaksi online. Sementara *marketplace* ialah tempat jual beli secara *online*, namun penjual hanya menerima uang saat barang sudah sampai di pembeli. Jaminan *marketplace* adalah perlindungan dari marketplace dengan menahan dana pembeli sampai pembeli memastikan bahwa barang telah diterima dengan baik, agar penjual benar-benar menyerahkan barang sesuai pesanan pelanggan.³ Karena Indonesia adalah Negara Islam terbesar di dunia, kecenderungan untuk menggunakan marketplace halal telah

meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Mengingat kebutuhan pasar halal ini menjadi target konsumen untuk lebih mudah memenuhi kebutuhan umat muslim. Selama beberapa tahun ke depan, pertumbuhannya diperkirakan akan terus meningkat.

Marketplace halal berarti platform yang menyediakan produk dan layanan yang etis, halal, dan bertanggung jawab secara sosial yang memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal.⁴

2. Definisi Pengembangan Ekonomi Digital Berbasis Syariah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, dan tindakan untuk mengembangkan. Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia karya WJS Poerwadarminta, pengembangan adalah tindakan menjadikan sesuatu itu bertambah, berubah sempurna (pikiran, pengetahuan, dan sebagainya). Singkatnya, pengembangan adalah tindakan meningkatkan dan menyempurnakan hal-hal yang ingin ditingkatkan dengan menambahkan elemen yang dianggap kurang atau tidak sempurna. Ekonomi Islam telah maju secara signifikan di bidang ini, khususnya industri keuangan. Ekspansi ini tentunya tidak terbatas pada industri keuangan saja, tetapi juga merambah ke wilayah ekonomi digital lainnya, seperti sektor industri.

¹ O Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S.H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, *Principles of Marketing an Asian Perspective* (Pearson/Prentice-Hall, 2012).

² E.F Meinarni, N.P.S., & Thalib, "Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Terkait Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia," *jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan* (n.d.): 194–205.

³ O Sahroni, *Fikih Muamalah Kontemporer : Jilid 3* (Republika Penerbit, 2020).

⁴ U. Setyorini, W., Jannah, A.R., & Wulansari, "Opportunities and Challengers Halal Marketplace in Indonesia," *Journal of Halal Product and Research (JPHR)* 4(2) (2021): 90–97.

Konsep ekonomi digital diperkenalkan pertama kali oleh Don Tapscott (*The Digital Economy*, 1995), yang bermakna keadaan sosio politik dan sistem ekonomi dengan karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen seperti informasi, akses ke berbagai sarana, kapasitas, dan pemesanan informasi. Dalam ekonomi digital setidaknya terdapat 4 hal penting terkait dengan aktivitas ekonomi digital yang mana letak geografis tak lagi relevan, dan ada platform khusus yang menjadi kunci utama pengembangan jaringan dan penggunaan big data.⁵ Telah ditetapkan bahwa digitalisasi ekonomi akan menghasilkan berbagai perubahan, dengan gagasan ini setidaknya menguntungkan dalam hal memperoleh efisiensi, mencapai efektivitas, menurunkan biaya produksi, kolaborasi, dan koneksi antar pihak. Oleh karena itu, transformasi ekonomi digital layak digunakan sebagai strategi pengganti dan katalisator pertumbuhan ekonomi baru.

Semua jenis perusahaan virtual, termasuk e-commerce, e-business, e-banking, e-payments, e-marketing, dan e-learning, diterima dalam ekonomi Islam digital. Pasar modern (online) telah menggantikan pasar tradisional (offline) akibat perubahan teknologi. Di Indonesia, masih minimnya edukasi dan kesadaran masyarakat terkait penggunaan dan pemanfaatan e-commerce, atau aplikasi atau website belanja online berbasis halal. Pentingnya bisnis e-commerce halal

memaksimalkan kualitas layanan agar secara konsisten memicu minat konsumen yang kuat. Plus, solusi kreatif untuk memperluas operasi akan membawa nilai.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam menulis artikel ilmiah ini adalah penelitian kepustakaan, yaitu penelitian yang mencari jawaban atas masalah melalui berbagai informasi kepustakaan seperti buku, ensiklopedia, jurnal, dan dokumen ilmiah lainnya. Fokus penelitian kepustakaan adalah menemukan berbagai teori, hukum, atau gagasan yang digunakan untuk menganalisis dan memecahkan masalah yang ada. Sifat penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu menguraikan secara teratur data yang diperoleh, dipahami, dan dideskripsikan sehingga pembaca dapat lebih memahaminya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data sekunder yang dimaksud adalah ensiklopedi, jurnal, dan artikel mengenai pengembangan ekonomi digital berbasis syariah di marketplace halal pada Tokopedia.

Hasil dan Pembahasan

1. Hukum Marketplace Halal

Pada hakikatnya, di Indonesia sendiri belum mempunyai payung hukum untuk mengatur marketplace secara langsung, baik marketplace halal maupun konvensional. Padahal secara hukum tata negara, marketplace merupakan bagian dari kegiatan e-commerce, hal ini diatur dalam berbagai peraturan yang termuat dalam Undang-

⁵ Eddy Cahyono Sugiarto, "Ekonomi Digital : The New Face of Indonesia's Economy" (2019).

Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen, di dalam regulasi nasional saat ini pula terdapat PP Nomor 28 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan system dan transaksi elektronik. Dalam pandangan Syariah, pelaksanaan marketplace halal harus pelaksanaan marketplace halal harus didasarkan pada Al Qur'an, Hadits, dan Ijma'.⁶ Islam mengajarkan bahwa selain maksimal isasi keuntungan, keberhasilan dan tujuan semua bisnis adalah untuk mencapai falah (sukses) dan maslahat (kesejahteraan) bagi semua pihak yang terlibat.⁷

Dalam Islam, objek dari sebuah akad atau yang disebut mauqud alaih yakni berupa barang atau jasa menjadi salah satu syarat yang harus ada dalam transaksi jual beli.⁸ Ada beberapa kriteria objek yang diperbolehkan oleh Islam. Berdasarkan riset Shobirin dan Siswadi, ada 6 kriteria objek jual beli dalam Islam yakni sebagai berikut, (1) produk termasuk kategori halal berdasarkan syariat; (2) produknya bersih atau bebas najis; (3) dapat dimanfaatkan; (4) milik orang yang melakukan akad; (5) bentuknya jelas (diketahui oleh calon

pembeli); (6) Produk dapat diserahkan. Adapun yang menjadi syarat dalam marketplace halal harus mencakup kesesuaian dengan prinsip hukum akad Islam, yaitu adanya bentuk penjualan dan penerimaan, adanya pihak yang mengikat kontrak yakni pembeli dan penjual serta adanya objek dan harga tentunya menghindari unsur unsur terlarang seperti riba, gharar (ketidakpastian), haram dan maysir (perjudian).⁹

Perdagangan online dalam Islam diperbolehkan, asal alat pembayaran yang mengandung riba seperti kartu kredit konvensional dan sebagainya, dapat ditukar dengan media non-riba seperti kartu debit, atau cash on delivery.¹⁰ Untuk transaksi menggunakan uang virtual juga diperbolehkan dalam Islam, sebagaimana fatwa yang dikeluarkan oleh DSN MUI nomor 116/DSN MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah, asal memenuhi beberapa kriteria di antaranya: (1) jumlah nominal uang elektronik yang ada pada penerbit harus ditempatkan di bank syariah; (2) pengelolaannya harus dilakukan dengan prinsip syariah.¹¹

⁶ Meinarni, N.P.S., & Thalib, "Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Terkait Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia."

⁷ A. Jusop, M., Ismail, R. M., & Ismail, N, "Understanding Halal E-Commerce Practice : A Proposed Conceptual Framework," *Global Business and Management Research* 10(3) (n.d.): 908.

⁸ R Syafe'i, *Fiqh Muamalah : Membahas Ekonomi Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2001).

⁹ Setyorini, W., Jannah, A.R., & Wulansari, "Opportunities and Challengers Halal Marketplace in Indonesia."

¹⁰ W. N. W. A Ribadu, M. B., & Rahman, "E-Commerce Quality Evaluation Metrics: A Sharina Compliance Approach," *Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering (JTEC)* 9(3-5) (2017): 101-110.

¹¹ M. R Firdaus, "E-Money Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Tahkim* 12(1), no. 145-146 (2018).

Di Indonesia sudah banyak bermunculan marketplace konvensional yang menjadi fasilitas masyarakat untuk transaksi online. Marketplace dengan jumlah pengunjung yang banyak di Indonesia antara lain Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Blibli, Lazada, dll. Dwi Hadya. "Peta Persaingan,". Iprice.co.id telah merilis data yang terangkum dalam peta e-commerce. Berdasarkan jumlah kunjungan bulanan pada kuartal II-2020, shopee digambarkan berhasil menjadi penguasa pasar e-commerce di Indonesia. Meski demikian, jumlahnya tidak terlalu jauh dengan tokopedia. Persaingan antar keduanya kian ketat, hal ini terlihat pada inovasi-inovasi yang terus diupayakan. Tokopedia lebih dulu meluncurkan fitur syariahnya yaitu Tokopedia Salam pada tahun 2019, disusul oleh Shopee yang juga merilis shopee barokah untuk layanan syariahnya.

2. Perkembangan Fitur Tokopedia Halal Corner

Bisnis e-commerce Tokopedia juga disebut sebagai toko online. Tokopedia telah berubah menjadi unicorn sejak didirikan pada tahun 2009, memberikan pengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di seluruh Asia Tenggara. Saat ini Tokopedia menjadi marketplace yang paling sering dikunjungi masyarakat Indonesia. Tokopedia juga membantu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan individu untuk mengembangkan bisnis mereka dengan perdagangan produk secara online dengan pemerintah dan organisasi lainnya. Sejak resmi diluncurkan pada tahun 2009, Tokopedia berhasil menjadi satu-satunya

perusahaan internet di Indonesia dengan pangsa pasar yang cukup besar.

Tokopedia meluncurkan barang FinTech pada tahun 2016. Dompot digital, investasi murah, pinjaman modal ventura, kartu kredit virtual, keamanan produk, dan peringkat kredit berbasis data untuk produk pinjaman, investasi, dan layanan keuangan lainnya adalah beberapa penawaran keuangan Tokopedia. Tokopedia juga meluncurkan Tokopedia Halal Corner pada tahun 2020, sebuah platform yang menawarkan berbagai barang dan layanan berkualitas tinggi untuk membantu pelanggan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, Tokopedia Halal Corner mempunyai alat filter halal yang memudahkan konsumen menemukan barang halal.

Tokopedia Halal Corner juga menyediakan tabungan emas, reksa dana syariah, dan bentuk pembayaran lainnya. Namun kenyataannya, sejumlah barang yang ditawarkan di Tokopedia Halal Corner masih belum tersedia, antara lain produk tabungan emas yang masih tercakup dalam pegadaian konvensional, keterbatasan ketersediaan makanan halal, petunjuk reksa dana syariah bagi pemula yang membutuhkannya, dan iklan serta promosi untuk Tokopedia Halal Corner tidak dapat diakses oleh masyarakat secara keseluruhan, yang artinya masih banyak orang yang belum mengetahuinya.

3. Pengembangan Ekonomi Digital Berbasis Syariah Melalui Marketplace Halal

Kita harus bersiap untuk bersaing di pasar domestik dan global dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0, yang mendorong penggunaan teknologi digital secara maksimal. Budaya saat ini tidak lagi memandang pembelian online sebagai hal yang tidak pantas. Berbelanja di pasar online dapat mengakomodir dan memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya karena kemudahan dan banyaknya keuntungan yang diperoleh; bahkan keinginan sepele terkecil pun tersedia di sana. Aplikasi ini menguntungkan pembeli dan penjual. Penjual dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih besar tanpa menyewa tempat, menimbun barang dagangan dalam jumlah besar, membayar biaya operasional, atau mengeluarkan uang untuk iklan. Sementara dari sisi pembeli diuntungkan karena tidak perlu repot-repot datang ke toko, belanja bisa dilakukan kapanpun dan di mana pun asal tersedia jaringan internet, pada waktu tertentu pembeli juga memanfaatkan gratis ongkos kirim (ongkir), voucher, cashback, ataupun promo potongan harga dari marketplace online tersebut.

Gagasan untuk mengembangkan fitur halal muncul dengan keragaman inovasi yang terus diupayakan oleh pasar online mengingat Indonesia adalah negara dengan mayoritas Muslim. Alhasil, masyarakat Indonesia pun menyambut baik inovasi ini. Seiring dengan transaksi yang dilakukan dan layanan syariah yang diberikan, produk halal

juga terjamin. Selain itu, marketplace online ini dapat berkolaborasi dengan organisasi seperti ACT, BAZNAS, dan Dompot Dhuafa dan mitra lainnya yang berdedikasi untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam kehidupan sehari-hari.

Pemerintah pun telah mendorong penguatan ekonomi digital syariah melalui Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) dengan cara membangun ekosistem e-commerce penjualan produk halal melalui platform digital marketplace dan mendorong hadirnya marketplace halal sehingga program yang tertuang dalam Masterplan Ekonomi Syariah 2019-2024 ini dapat terwujud. (KNKS, 2019)

Marketplace online ini juga memiliki kesulitan tersendiri. Masyarakat Indonesia masih memiliki pemahaman yang sangat terbatas tentang cara menggunakan dan memanfaatkan aplikasi belanja online ini, terutama mereka yang tinggal di tempat yang jauh tanpa akses internet yang mudah (infrastruktur di desa masih terbatas). Agar mereka tidak tertinggal dari negara lain, promosi harus didorong untuk terus membawa mereka ke perhatian masyarakat umum. Tidak diragukan lagi, pemerintah memainkan peran penting dalam pengembangannya. Agar tempat-tempat tersebut tidak tertinggal dari daerah lain, pemerataan pembangunan di lokasi-lokasi terpencil juga harus diupayakan. Pemerintah juga dapat membumikan literasi digital kepada masyarakat, meningkatkan kapasitas produksi, meningkatkan kualitas SDM dan memaksimalkan akses pasar.

Pola pikir konsumtif juga akan berkembang dengan kemudahan pembelian melalui online, dan diperkirakan pada akhirnya akan menjadi kebiasaan jika tuntutan masyarakat Indonesia tidak dapat dibendung. Beberapa orang, terutama generasi milenial, saling bersaing untuk menunjukkan cara hidup dan keinginannya untuk tampil sukses, modis, dan kaya di depan teman sebayanya. Munculnya ketimpangan sosial dan ekonomi akan dihasilkan dari ini. Indonesia adalah negara berkembang dimana tidak semua orang memiliki sarana untuk berbelanja, seperti yang diketahui. Karena ekonomi yang buruk, beberapa orang bahkan tidak dapat membeli smartphone atau perangkat lain. Penulis menyarankan para pemburu pasar ini untuk memanfaatkan tabungan dengan membeli keperluan-keperluan seperlunya guna membatasi agar masyarakat terhindar dari sikap konsumtif dan mengurangi ketegangan sosial ekonomi karena Allah tidak menyukai orang yang melakukan sikap yang berlebihan dan boros. Pelanggan marketplace ini juga dapat menyisihkan uangnya untuk investasi syariah atau menggunakan sebagian dari kekayaannya untuk berdonasi melalui program ini.

Selain itu, keberadaan pasar online berdampak signifikan terhadap pasar tradisional, terutama di masa pandemi Covid-19, banyak toko yang gagal bertahan dan harus tutup. Pelaku usaha siap atau tidak siap untuk bertransisi ke internet marketplace tergantung tuntutan zaman dan keinginan pasar. Bagaimana kita siap memasuki revolusi industri berikutnya dan

bersaing dengan negara lain jika masyarakat umum atau pelaku korporasi tidak dapat beradaptasi dengan revolusi digital ini. Program Ekonomi Nasional (PEN), program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) untuk mendorong digitalisasi bagi UMKM offline, serta dorongan branding produk unggulan nasional di berbagai pasar adalah beberapa cara yang coba didukung oleh pemerintah. gerakan UMKM Go Online. sehingga dapat mengakses pasar internasional selain pasar nasional.

Selama ini bangsa kita hanya menjadi konsumen barang halal internasional bukan sebagai produsen. Dengan memberikan izin usaha, menurunkan biaya sertifikasi halal bagi pelaku usaha, dan menyediakan mekanisme self-declaration bagi UKM untuk produk tertentu sesuai standar yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Pelaku usaha sudah bisa mengurus penetapan kehalalan suatu produk di MUI Provinsi terdekat.

Lembaga Pemeriksa Halal juga perlu diperluas dengan melibatkan organisasi kemasyarakatan (ormas), Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi Swasta di bawah lembaga keagamaan atau Yayasan Islam. Kolaborasi antara pemerintah, UMKM, industri marketplace, swasta, dan akademisi maupun ormas sangat diperlukan untuk menciptakan terobosan sekaligus solusi terbaik dalam mengakselerasi pengembangan produk halal dan transformasi digital di Indonesia.

Pada dasarnya, jika pemerintah dan sektor terkait berkomitmen untuk bekerja sama dan bersinergi untuk mewujudkannya, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi marketplace halal di dunia. Semua berawal dari niat dan usaha yang dikeluarkan. Dengan menawarkan barang halal yang bisa menembus pasar global, kita bisa memanfaatkan potensi yang sudah ada. Baik shopee ataupun tokopedia pada umumnya memiliki peluang dan tantangan masing-masing dalam pengembangannya. Fitur halal yang dikeluarkan keduanya mempunyai potensi yang besar untuk terus dikembangkan agar masyarakat Indonesia mempunyai kebiasaan untuk menerapkan syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari meskipun hanya dengan berbelanja atau melakukan transaksi ekonomi, setidaknya dari situ kesadaran masyarakat akan timbul. Transformasi digital ekonomi berbasis syariah disinyalir mampu menjadi solusi alternatif sebagai mesin pertumbuhan ekonomi.

Kesimpulan

Tokopedia Halal Corner adalah repositori sejarah e-commerce Indonesia yang berfungsi sebagai pasar halal bagi para penggunanya. Hal ini terlihat dari besarnya potensi pasar produk halal di Indonesia, khususnya halal lifestyle yang belakangan ini mulai populer. Banyak pasar halal telah mengeluarkan jaminan untuk keamanan produk, kualitas, kebersihan dan kesehatan. Untuk mengkomodir dan memenuhi kebutuhan umat Islam, baik produk maupun layanan Syariah yang telah tersedia. Akibatnya, umat Islam tidak perlu khawatir

bahwa barang atau jasa tersebut tidak sesuai dengan syariat Islam. Secara umum, mengingat Indonesia adalah negara mayoritas Muslim, maka memiliki potensi yang sangat besar untuk membangun ekonomi digital berbasis syariah. Selama semua pihak bisa bekerjasama untuk mewujudkannya, baik pemerintah, UMKM, pasar, masyarakat, dan aspek lainnya, Indonesia pun berpotensi menjadi pusat industry halal global asal semua elemen baik pemerintah, UMKM, marketplace, masyarakat, maupun elemen lainnya dapat saling bersinergi untuk mewujudkannya.

Daftar Pustaka

- Ansori, A. "Digitalisasi Ekonomi Syariah." *ISLAMICONOMIC : Journal Ekonomi Islam* 7(1) (2016).
- Firdaus, M. R. "E-Money Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *Jurnal Tahkim* 12(1), no. 145–146 (2018).
- Jusop, M., Ismail, R. M., & Ismail, N, A. "Understanding Halal E-Commerce Practice : A Proposed Conceptual Framework." *Global Business and Management Research* 10(3) (n.d.): 908.
- Kartika, P. R. "Intensi Penggunaan E-Commerce Tokopedia : Adopsi Teori Technology Acceptance Model (TAM)" (2020).

- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S.H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. *Principles of Marketing an Asian Perspective*. Pearson/Prentice-Hall, 2012.
- Meinarni, N.P.S., & Thalib, E.F. “Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Terkait Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia.” *jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan* (n.d.): 194–205.
- Ribadu, M. B., & Rahman, W. N. W. A. “E-Commerce Quality Evaluation Metrics: A Sharina Compliance Approach.” *Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering (JTEC)* 9(3–5) (2017): 101–110.
- Sahroni, O. *Fikih Muamalah Kontemporer : Jilid 3*. Republika Penerbit, 2020.
- Setyorini, W., Jannah, A.R., & Wulansari, U. “Opportunities and Challengers Halal Marketplace in Indonesia.” *Journal of Halal Product and Research (JPHR)* 4(2) (2021): 90–97.
- Sugiarto, Eddy Cahyono. “Ekonomi Digital : The New Face of Indonesia’s Economy” (2019).
- Syafe’i, R. *Fiqh Muamalah : Membahas Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka