

Inovasi Manajemen Bisnis Syariah pada Era Ekonomi Digital

Ibnu Safari Rahman¹⁾

¹ Institut Agama Islam Kyai Haji Ahmad Syairazi Hulu Sungai Selatan, Indonesia

Email : ibnusr09@gmail.com¹

Abstract: This study aims to analyze the implementation of Islamic business management principles in improving business performance and sustainability. Islamic business management is not only oriented toward material profit, but also emphasizes Islamic values such as justice, honesty, trustworthiness (amanah), and balance between worldly and spiritual interests. The research method used is a qualitative approach with a library research technique, which involves reviewing various relevant literature, books, and journals related to Islamic business management. The results of the study show that the implementation of Islamic principles in business management has a positive impact on improving business performance, particularly in terms of transparency, customer trust, and long-term business sustainability. In addition, Islamic business management is also able to create a more just economic system and avoid practices that harm one party, such as riba (usury), gharar (uncertainty), and maysir (gambling). Therefore, it can be concluded that the implementation of Islamic business management is highly relevant to be applied in facing modern economic challenges, especially in the current digital era.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip manajemen bisnis syariah dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha. Manajemen bisnis syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kejujuran, amanah, dan keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi kepustakaan (library research), yaitu dengan mengkaji berbagai literatur, buku, dan jurnal yang relevan dengan manajemen bisnis syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah dalam manajemen bisnis memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja usaha, khususnya dalam aspek transparansi, kepercayaan pelanggan, dan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Selain itu, manajemen bisnis syariah juga mampu menciptakan sistem ekonomi yang lebih adil dan menghindari praktik-praktik yang merugikan salah satu pihak seperti riba, gharar, dan maysir. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa implementasi manajemen bisnis syariah sangat relevan untuk diterapkan dalam menghadapi tantangan ekonomi modern, khususnya di era digital saat ini.

Keywords : Business Sustainability, Islamic Business Ethics, Islamic Business Management, Islamic Principles, Business Performance

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis (Ramadhani & Rohman, 2025). Era ekonomi digital ditandai dengan meningkatnya penggunaan teknologi informasi, platform digital, kecerdasan buatan, serta sistem transaksi berbasis internet yang mendorong perubahan pola bisnis dari model

konvensional menuju model yang lebih inovatif dan adaptif. Transformasi digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan strategi bisnis yang lebih kompetitif. Namun, perkembangan tersebut juga menghadirkan tantangan, terutama dalam menjaga nilai, etika, dan prinsip bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam.

Bisnis syariah merupakan kegiatan ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan (profit oriented), tetapi juga menekankan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kejujuran, amanah, transparansi, serta keberkahan dalam aktivitas usaha. Manajemen bisnis syariah memiliki karakteristik yang membedakannya dari manajemen bisnis konvensional karena seluruh proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan harus berlandaskan prinsip-prinsip syariah (Ramadhani & Rohman, 2025). Oleh karena itu, perkembangan ekonomi digital menuntut adanya inovasi manajemen bisnis syariah agar mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman tanpa kehilangan identitas nilai-nilai Islam. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi manajemen bisnis syariah harus mampu mengintegrasikan teknologi digital dengan maqāṣid al-syarī'ah agar daya saing industri halal tetap meningkat (Sunarta et al., 2026).

Inovasi dalam manajemen bisnis syariah menjadi kebutuhan penting karena perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen, sistem pemasaran, metode pembayaran, serta pola hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan. Pemanfaatan teknologi seperti e-commerce, digital marketing, fintech syariah, dan media sosial memberikan peluang besar bagi bisnis syariah untuk berkembang secara lebih luas (Delima & Fadhillah, 2025). Penelitian (Sari & Ronaldo, 2024) menjelaskan bahwa pemasaran digital berbasis nilai syariah mampu meningkatkan kepercayaan konsumen melalui transparansi informasi, integritas, dan kepatuhan terhadap etika Islam. Namun, penerapan teknologi digital dalam bisnis syariah juga menghadapi berbagai persoalan, seperti keamanan transaksi, perlindungan data konsumen, persaingan bisnis yang semakin ketat, serta perlunya memastikan bahwa praktik bisnis digital tetap sesuai dengan prinsip halal dan etika Islam.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis syariah melalui peningkatan efektivitas pemasaran, kemudahan transaksi, dan perluasan akses pasar (Delima & Fadhillah, 2025; Ramadhani & Rohman, 2025). Penelitian (Khayyirah et al., 2025) menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis syariah pada era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha mengintegrasikan inovasi teknologi dengan nilai-nilai syariah. Namun, sebagian penelitian masih lebih banyak membahas aspek digitalisasi bisnis secara umum dan belum secara mendalam mengkaji bagaimana inovasi manajemen diterapkan dalam mempertahankan prinsip-prinsip syariah di tengah perubahan ekonomi digital. Hal tersebut menunjukkan adanya kebutuhan penelitian yang membahas keterkaitan antara inovasi manajemen, teknologi digital, dan nilai-nilai syariah dalam pengembangan bisnis modern.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian mengenai inovasi manajemen bisnis syariah pada era ekonomi digital menjadi penting dilakukan untuk memahami strategi dan bentuk inovasi yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis syariah agar mampu bersaing secara global. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam pengembangan manajemen bisnis syariah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip Islam.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia juga ditandai dengan meningkatnya penggunaan pembayaran digital, marketplace, financial technology (fintech), dan berbagai platform berbasis kecerdasan buatan (artificial intelligence) yang semakin memengaruhi perilaku konsumen. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha syariah untuk melakukan transformasi manajemen secara menyeluruh agar mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang berlangsung sangat cepat. Transformasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga menyangkut perubahan pola pengambilan keputusan, strategi pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, serta sistem pelayanan pelanggan yang lebih responsif tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk inovasi manajemen bisnis syariah dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital (Ramadhani & Rohman, 2025), mengidentifikasi strategi pemanfaatan teknologi digital dalam bisnis syariah, serta menjelaskan tantangan dan peluang yang muncul dalam penerapan manajemen bisnis syariah di era transformasi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui studi kepustakaan (library research). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis secara mendalam mengenai inovasi manajemen bisnis syariah pada era ekonomi digital, khususnya terkait strategi pengelolaan bisnis, pemanfaatan teknologi digital, serta penerapan nilai-nilai syariah dalam menghadapi perkembangan ekonomi modern. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena, konsep, dan strategi inovasi yang berkembang dalam manajemen bisnis syariah berdasarkan berbagai sumber ilmiah yang relevan (Sugiyono; 2022) (Moleong, 2021).

Studi kepustakaan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber data sekunder yang berkaitan dengan topik penelitian. Sumber data yang digunakan meliputi artikel jurnal ilmiah nasional maupun internasional, buku-buku yang membahas manajemen bisnis syariah, ekonomi Islam, transformasi digital, kewirausahaan syariah, serta berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian. Data diperoleh melalui penelusuran berbagai database ilmiah seperti Google Scholar, Garuda Kemdikbud, dan portal jurnal akademik lainnya yang memiliki keterkaitan dengan inovasi bisnis syariah dan perkembangan ekonomi digital (Zed, 2014).

Objek kajian dalam penelitian ini adalah inovasi manajemen bisnis syariah dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis akibat perkembangan teknologi digital. Fokus penelitian diarahkan pada beberapa aspek utama, yaitu strategi inovasi manajemen bisnis syariah, pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas bisnis, penerapan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi digital, serta peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis syariah pada era ekonomi digital (Moleong, 2021).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi, membaca, mencatat, dan mengkaji berbagai literatur yang memiliki hubungan dengan permasalahan penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis dengan memilih sumber yang memiliki relevansi terhadap tujuan penelitian. Literatur yang digunakan kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema pembahasan, seperti konsep manajemen bisnis syariah, inovasi bisnis digital, pemasaran digital syariah, fintech syariah, dan strategi keberlanjutan bisnis berbasis nilai Islam (Zed, 2014).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi (content analysis). Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti melakukan seleksi terhadap berbagai informasi yang diperoleh dari sumber literatur dengan memilih data yang sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data yang telah dikumpulkan disusun dan dianalisis berdasarkan tema-tema tertentu agar memperoleh pemahaman yang lebih sistematis mengenai inovasi manajemen bisnis syariah di era digital. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi terhadap berbagai sumber yang telah dianalisis.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengkaji informasi dari berbagai referensi yang berbeda untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Perbandingan dilakukan dengan melihat kesesuaian konsep, hasil penelitian, dan pandangan para ahli mengenai perkembangan bisnis syariah serta penerapan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi.

Selain melakukan identifikasi dan klasifikasi literatur, penelitian ini juga melakukan sintesis terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu untuk menemukan pola, persamaan, maupun perbedaan temuan mengenai inovasi manajemen bisnis syariah pada era digital. Proses tersebut dilakukan secara sistematis sehingga setiap sumber yang digunakan dapat saling melengkapi dalam menjelaskan perkembangan teori maupun praktik bisnis syariah berbasis teknologi digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perkembangan inovasi manajemen bisnis syariah berdasarkan berbagai perspektif ilmiah (Sugiyono; 2022)

Melalui metode penelitian ini, diharapkan penelitian mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana inovasi manajemen bisnis syariah dapat dikembangkan dalam menghadapi era ekonomi digital. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian ekonomi Islam serta memberikan masukan praktis bagi pelaku

bisnis syariah dalam menciptakan strategi bisnis yang inovatif, kompetitif, dan tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Moleong, 2021).

Tahapan penelitian dilakukan secara sistematis yang meliputi identifikasi masalah, penelusuran literatur, seleksi referensi berdasarkan relevansi tema, klasifikasi hasil penelitian terdahulu, analisis isi, interpretasi data, hingga penyusunan sintesis hasil penelitian. Seluruh sumber yang digunakan dipilih berdasarkan kualitas publikasi ilmiah sehingga hasil kajian memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi. Proses analisis juga memperhatikan kesesuaian antara teori manajemen bisnis syariah dengan perkembangan ekonomi digital sehingga diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai bentuk inovasi yang berkembang pada berbagai sektor usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kajian terhadap berbagai literatur yang berkaitan dengan inovasi manajemen bisnis syariah pada era ekonomi digital, ditemukan bahwa perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan besar dalam sistem pengelolaan bisnis syariah. Transformasi digital tidak hanya memberikan kemudahan dalam aktivitas transaksi dan pemasaran, tetapi juga menuntut pelaku bisnis syariah untuk melakukan inovasi manajemen agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi manajemen bisnis syariah pada era digital dapat dilihat melalui beberapa aspek utama, yaitu inovasi strategi bisnis, pemanfaatan teknologi digital, penguatan pemasaran digital, serta penerapan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas bisnis (Delima & Fadhillah, 2025; Ramadhani & Rohman, 2025b)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi strategi menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis syariah di tengah perkembangan ekonomi digital. Pelaku bisnis syariah mulai mengembangkan strategi pengelolaan usaha yang lebih fleksibel dengan memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana meningkatkan efektivitas dan efisiensi bisnis. Strategi tersebut meliputi pengembangan model bisnis berbasis digital, peningkatan kualitas pelayanan pelanggan, serta penciptaan nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital menyebabkan bisnis syariah perlu melakukan penyesuaian strategi pemasaran dan pelayanan. Pengelolaan bisnis tidak lagi hanya berfokus pada transaksi secara langsung, tetapi juga memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi strategi manajemen menjadi kebutuhan utama agar bisnis syariah tetap kompetitif tanpa meninggalkan prinsip-prinsip Islam.

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa inovasi strategi bisnis syariah tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan ekonomi, tetapi juga pada penguatan daya saing melalui pemanfaatan teknologi

digital yang tetap memegang prinsip-prinsip syariah. Penggunaan sistem informasi manajemen, analisis data pelanggan, dan digital customer relationship management membantu pelaku usaha memahami kebutuhan konsumen secara lebih akurat sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa teknologi menjadi instrumen pendukung dalam mewujudkan tata kelola bisnis syariah yang lebih efektif dan berkelanjutan (Ramadhani & Rohman, 2025b; Thaib, 2025).

Selain melakukan transformasi strategi pemasaran, pelaku bisnis syariah juga mulai menerapkan sistem pengelolaan berbasis data (data-driven management). Informasi mengenai perilaku konsumen, tren pembelian, dan preferensi pelanggan dimanfaatkan sebagai dasar dalam penyusunan strategi bisnis. Pendekatan tersebut memungkinkan perusahaan mengambil keputusan secara lebih cepat dan akurat tanpa mengabaikan nilai-nilai kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab yang menjadi karakter utama bisnis syariah.

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan bisnis syariah. Teknologi seperti e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, dan financial technology (fintech) syariah menjadi instrumen penting dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha (Delima & Fadhillah, 2025; Khayyirah et al., 2025). Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku bisnis syariah melakukan kegiatan operasional secara lebih cepat, transparan, dan efisien. Dalam aspek pemasaran, media digital memberikan peluang bagi bisnis syariah untuk mengenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas melalui strategi digital marketing. Sementara itu, penggunaan sistem pembayaran digital memberikan kemudahan dalam transaksi sekaligus meningkatkan keamanan dan kenyamanan pelanggan (Delima & Fadhillah, 2025; Khayyirah et al., 2025).

Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dalam bisnis syariah harus tetap memperhatikan aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah. Setiap inovasi teknologi yang digunakan perlu memastikan adanya kejelasan akad, transparansi transaksi, keadilan antara pihak yang terlibat, serta menghindari unsur riba, gharar, dan maysir (Antonio, 2019). Perkembangan teknologi digital saat ini juga didukung oleh pemanfaatan artificial intelligence, cloud computing, big data analytics, dan blockchain yang mulai diterapkan dalam industri halal maupun lembaga keuangan syariah. Pemanfaatan teknologi tersebut mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat keamanan transaksi, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Namun demikian, penerapan teknologi modern tersebut tetap memerlukan mekanisme pengawasan syariah agar seluruh proses bisnis tetap memenuhi prinsip halal, transparansi, dan keadilan.

Berdasarkan hasil analisis literatur, pemasaran digital menjadi salah satu bentuk inovasi yang paling banyak diterapkan dalam pengembangan bisnis syariah. Pemanfaatan media sosial, marketplace,

dan platform digital lainnya memungkinkan pelaku usaha membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen (Khayyirah et al., 2025; Sari & Ronaldo, 2024). Strategi pemasaran digital dalam perspektif syariah tidak hanya bertujuan meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun kepercayaan melalui nilai kejujuran, keterbukaan informasi, dan tanggung jawab moral. Konten pemasaran yang disampaikan harus mencerminkan etika bisnis Islam, seperti tidak melakukan manipulasi informasi, tidak memberikan promosi yang menyesatkan, serta menjaga kepuasan pelanggan (Khayyirah et al., 2025; Sari & Ronaldo, 2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara teknologi digital dan nilai-nilai Islam menjadi keunggulan tersendiri bagi bisnis syariah. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas produk, tetapi juga mulai memperhatikan aspek halal, etika, dan keberlanjutan dalam aktivitas bisnis.

Hasil penelitian menemukan bahwa perkembangan ekonomi digital memberikan peluang besar bagi bisnis syariah untuk tumbuh dan berkembang, tetapi juga menghadirkan berbagai tantangan. Peluang utama yang ditemukan adalah meningkatnya akses pasar, kemudahan transaksi, efisiensi operasional, serta terbukanya kesempatan bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk memasuki pasar digital. Di sisi lain, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi, seperti rendahnya literasi digital sebagian pelaku usaha, keterbatasan sumber daya manusia yang memahami teknologi sekaligus prinsip syariah, keamanan data, serta persaingan bisnis digital yang semakin tinggi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kompetensi manajemen, penguatan regulasi syariah, dan pengembangan inovasi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis Islam (ojk, 2023; Ramadhani & Rohman, 2025).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi manajemen bisnis syariah pada era ekonomi digital merupakan proses adaptasi yang menggabungkan kemajuan teknologi dengan nilai-nilai Islam. Keberhasilan bisnis syariah dalam menghadapi era digital sangat bergantung pada kemampuan manajemen dalam menciptakan strategi inovatif, memanfaatkan teknologi secara tepat, serta mempertahankan prinsip keadilan, amanah, dan keberkahan dalam kegiatan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi manajemen bisnis syariah pada era ekonomi digital merupakan suatu kebutuhan strategis untuk mempertahankan daya saing usaha tanpa mengabaikan nilai-nilai Islam. Temuan ini juga memperkuat hasil penelitian (Khayyirah et al., 2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan bisnis syariah melalui integrasi teknologi dengan prinsip-prinsip Islam. Transformasi digital telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis, mulai dari proses produksi, pemasaran, transaksi, hingga pelayanan kepada konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta mempercepat proses pengambilan keputusan. Namun demikian, seluruh proses inovasi tersebut harus tetap berada dalam koridor syariah agar tujuan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada kemaslahatan dan keberkahan

usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan efektivitas manajemen bisnis syariah apabila penerapan teknologi tetap memperhatikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah (Ramadhani & Rohman, 2025).

Pada aspek strategi manajemen, hasil penelitian memperlihatkan bahwa pelaku bisnis syariah perlu menerapkan inovasi yang bersifat adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Strategi tersebut diwujudkan melalui pengembangan model bisnis digital, peningkatan kualitas pelayanan, penguatan hubungan dengan pelanggan, serta pemanfaatan teknologi sebagai sarana menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam perspektif manajemen Islam, inovasi merupakan bagian dari ikhtiar untuk meningkatkan kualitas pengelolaan usaha selama tidak bertentangan dengan prinsip keadilan, amanah, dan tanggung jawab. Hasil ini sejalan dengan (Thaib, 2025) yang menyatakan bahwa penguatan daya saing UMKM syariah pada era digital harus didukung oleh inovasi manajemen, pemanfaatan teknologi, dan tata kelola usaha yang sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, inovasi bukan sekadar perubahan teknologi, tetapi juga perubahan cara berpikir dalam mengelola bisnis agar lebih efektif dan berorientasi pada kemaslahatan (Antonio, 2019; Ramadhani & Rohman, 2025).

Pemanfaatan teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, marketplace, dan financial technology (fintech) syariah, menjadi salah satu bentuk inovasi yang paling dominan dalam perkembangan bisnis syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi digital memberikan kemudahan dalam pemasaran, komunikasi dengan konsumen, pengelolaan transaksi, dan perluasan jaringan bisnis. Temuan ini mendukung penelitian (Delima & Fadhillah, 2025; Sari & Ronaldo, 2024) yang menjelaskan bahwa pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing bisnis syariah melalui perluasan akses pasar dan penguatan hubungan dengan pelanggan. Keberhasilan digitalisasi tersebut sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengintegrasikan teknologi dengan nilai-nilai kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sebagai karakter utama bisnis syariah.

Selain memberikan peluang yang besar, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi digital menghadirkan berbagai tantangan bagi bisnis syariah. Tantangan tersebut meliputi rendahnya literasi digital, meningkatnya persaingan bisnis, keamanan data, perubahan perilaku konsumen, serta perlunya peningkatan kualitas sumber daya manusia. Dalam konteks bisnis syariah, tantangan lain yang tidak kalah penting adalah menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah pada setiap transaksi digital. Praktik bisnis harus terhindar dari unsur riba, gharar, maysir, tadlis, dan berbagai bentuk transaksi yang bertentangan dengan hukum Islam. Oleh sebab itu, inovasi digital perlu diimbangi dengan penguatan tata kelola, regulasi, dan pengawasan syariah agar perkembangan teknologi tidak mengurangi nilai-nilai etika bisnis Islam. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa digitalisasi membuka peluang besar bagi bisnis syariah, tetapi juga menuntut kesiapan literasi, regulasi, dan kepatuhan syariah (Khayyirah et al., 2025; ojk, 2023).

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa keberhasilan inovasi manajemen bisnis syariah tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi digital, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun kepercayaan konsumen. Kepercayaan tersebut dibentuk melalui penerapan etika bisnis Islam, seperti kejujuran dalam penyampaian informasi produk, transparansi harga, kualitas pelayanan, tanggung jawab terhadap konsumen, dan komitmen terhadap kehalalan produk. Nilai-nilai tersebut menjadi pembeda utama antara bisnis syariah dan bisnis konvensional sehingga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperkuat keberlanjutan usaha (Mila et al., 2024).

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi manajemen bisnis syariah pada era ekonomi digital merupakan integrasi antara kemajuan teknologi dan penerapan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan usaha. Digitalisasi bukan hanya menjadi sarana untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas, tetapi juga menjadi media untuk memperluas dakwah ekonomi Islam melalui praktik bisnis yang adil, transparan, dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, pengembangan bisnis syariah di masa mendatang perlu didukung oleh peningkatan literasi digital, penguatan kompetensi sumber daya manusia, inovasi teknologi yang berkelanjutan, serta kebijakan yang mampu mendorong terciptanya ekosistem ekonomi digital syariah yang inklusif dan berdaya saing tinggi (Raharjo et al., 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai inovasi manajemen bisnis syariah pada era ekonomi digital, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola pengelolaan bisnis syariah. Era ekonomi digital tidak hanya memberikan tantangan bagi pelaku bisnis syariah, tetapi juga membuka peluang besar untuk meningkatkan daya saing melalui penerapan strategi manajemen yang lebih inovatif, efektif, dan adaptif. Inovasi manajemen bisnis syariah menjadi faktor penting dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis, karena mampu mengintegrasikan perkembangan teknologi dengan nilai-nilai Islam yang menjadi dasar utama dalam aktivitas ekonomi syariah. Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research), ditemukan bahwa bentuk inovasi manajemen bisnis syariah pada era digital meliputi beberapa aspek utama, yaitu inovasi strategi bisnis, pemanfaatan teknologi digital, penguatan pemasaran berbasis digital, serta peningkatan kualitas tata kelola bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Pemanfaatan teknologi seperti e-commerce, marketplace, media sosial, dan layanan keuangan digital telah memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat transaksi, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. i. (2019). *Bank Syariah dari teori ke praktik/ Antonio*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Delima, D., & Fadhillah, M. I. (2025). Perkembangan Perbankan Syariah pada Era Ekonomi Digital. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 2(3), 45–51. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i3.604>
- Khayyirah, D., Puspitasari, N., Rahmatika, C. I., Yustati, H., & Andi, A. (2025). Peran Kewirausahaan Syariah dalam Meningkatkan Ekonomi di Era Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 2(2), 167–180. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v2i2.535>
- Mila, Mairani, & Kurniati, S. (2024). Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *MUAMALAH*, 14(1). <https://doi.org/10.24256/m.v14i1.5148>
- Moleong. (2021). *OPAC Integrated—Universitas Negeri Surabaya*. https://opac.unesa.ac.id/lihat_buku/93_slims-node-rbc-vokasi?utm_source=chatgpt.com
- ojk. (2023). *Agenda—Peluncuran Roadmap Pengembangan dan Penguatan...* https://www.ojk.go.id/id/Lists/Agenda/DispForm.aspx?ID=258&utm_source=chatgpt.com
- Raharjo, K., Afrianty, T. W., & Prakasa, Y. (2024). Digital literacy and business transformation: Social-cognitive learning perspectives in small business enterprises. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2376282. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2376282>
- Ramadhani, R., & Rohman, A. (2025a). Analisis Kelayakan Manajemen Bisnis Syariah di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 3(1), 7–14. <https://doi.org/10.70716/emis.v3i1.226>
- Sari, Y. A., & Ronaldo, R. (2024). Peran Pemasaran Digital Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah Di Era Digital. *Jurnal E-Bis*, 8(1), 263–275. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i1.1555>
- Sugiyono; (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. Alfabeta. (Bandung). [//repository.unukalbar.ac.id/index.php?id=1274&keywords&p=show_detail&utm_source=chatgpt.com](https://repository.unukalbar.ac.id/index.php?id=1274&keywords&p=show_detail&utm_source=chatgpt.com)
- Sunarta, D. A., Tapparang, A. S., & Novianti, D. (2026). Transformasi Manajemen Bisnis Syariah di Era Digital: Implikasi bagi Industri Halal. *Hasina: Jurnal Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 3(1), 61–72. <https://doi.org/10.35897/hasina.v3i1.2376>
- Thaib. (2025). *Manajemen Ekonomi Bisnis Islam sebagai Model Syariah untuk Memperkuat Daya Saing UMKM di Era Digital | Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam*. <https://ejournal.unisai.ac.id/index.php/jsen/article/view/1115>
- Zed, M. (2014). Library research methods. Jakarta: Indonesia Torch Foundation. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=11121980087373174933&hl=en&oi=scholar>