



## COMPETITIVE LEVEL OF SHARIA DIGITAL ECONOMY IN INDONESIA

**Muhajir<sup>1</sup>, Abd. Kadir Arno<sup>2</sup> dan Sirajuddin<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Ekonomi Syariah, IAIN Palopo, Indonesia

[muhajir@iainpalopo.ac.id](mailto:muhajir@iainpalopo.ac.id)<sup>1</sup>, [abdkadir.arno@iainpalopo.ac.id](mailto:abdkadir.arno@iainpalopo.ac.id)<sup>2</sup> dan

[sirajuddin.roy@uin-alauddin.ac.id](mailto:sirajuddin.roy@uin-alauddin.ac.id)<sup>3</sup>

Received: 26 June 2020; Revised: 28 June 2020; Published: 23 October 2020

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa kemampuan daya saing ekonomi digital syariah di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Peneliti melakukan analisa deksriptif dengan menggunakan model *Diamond Porter* sebagai instrumen analisis. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *library research*, yaitu pengumpulan data pustaka berupa buku, artikel, laporan pemerintah atau swasta, dan karya tulis lainnya yang memuat teori pemikiran dan relevan dengan variabel penelitian yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan model *Diamond Porter*, ekonomi digital syariah didukung oleh: 1) Faktor kondisi, 2) Faktor permintaan, 3) Industri berkaitan dan mendukung, 4) Strategi, struktur, dan persaingan usaha, 5) Pemerintah, 6) Peluang. Dukungan dari keenam indikator ini memberikan dampak daya saing ekonomi digital syariah yang cukup tinggi dan memiliki peluang untuk terus berkembang di masa mendatang.

**Kata Kunci:** Daya Saing; Ekonomi; Digital Syariah.

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the competitiveness of the Islamic digital economy in Indonesia. This type of research is qualitative. Researchers conducted a comparative analysis using the Diamond Porter model as an analytical instrument. The data was collected using the library research method, which collects library data in the form of books, articles, government or private reports, and other papers containing theories of thought and are relevant to the research variables studied. The results show that based on the diamond porter model, the Islamic digital economy is supported by 1) condition factors, 2) demand factors, 3) related and supportive industries, 4) strategy, structure, and business competition, 5) government, 6) opportunities. The support of these six indicators has a reasonably high impact on the competitiveness of the Islamic digital economy and can continue to develop in the future.*

**Keywords:** Competitiveness, Economy, Digital Sharia

## PENDAHULUAN

Sistem perekonomian global sekarang ini semakin terbuka. Seluruh negara dengan segala kategorinya, negara terbelakang, negara berkembang, dan negara maju saling berlomba meningkatkan daya saing ekonomi untuk meraih *gains form trade*. Dalam era disrupsi seperti saat ini, persaingan ekonomi tidak lagi hanya sebatas mengandalkan kekuatan sumber daya yang berwujud (*tangible resources*), tapi juga harus didukung oleh kekuatan daya saing *artificial intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan dan kemampuan *internet of things* (IoT) (Bukman, 2019). Maka dengan kondisi ini, ekonomi digital yang mengandalkan kemampuan teknologi menjadi salah satu sumber varian utama dalam menciptakan inovasi yang bertujuan untuk mengangkat daya saing perekonomian suatu negara, sekaligus menjaga eksistensi suatu negara dalam pusaran mata rantai produksi global (*global value chain*).

Perkembangan serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia menunjukkan kemajuan yang gemilang. Pemerintah selalu melakukan perbaikan regulasi dan infrastruktur digital untuk mendukung akselerasi kemajuan ekonomi digital. Percepatan kemajuan teknologi dilakukan secara berkesinambungan untuk memajukan dan memberi wajah baru ekonomi Indonesia, yakni dari ekonomi konvensional bertransformasi ke ekonomi digital (Kominfo, 2017).

Akselerasi daya saing ekonomi digital untuk membangun daya saing ekonomi nasional yang dipengaruhi oleh konektivitas antar wilayah dan masyarakat. Pemaparan *World Economic Forum*, kemampuan daya saing secara nasional adalah keadaan dimana suatu negara memiliki kekuatan nasional dalam meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan melampaui pertumbuhan ekonomi negara pesaingnya (Tambunan, 2001). Sedangkan menurut Porter, suatu negara menghasilkan kemampuan daya saing (*competitive advantage*) apabila industri usaha dalam negara tersebut memiliki sumberdaya dan kinerja yang kompetitif. Keunggulan daya saing suatu negara dipengaruhi oleh kesanggupan industri menghasilkan inovasi dan menciptakan rantai nilai (Porter, 2001).

Kondisi perbaikan regulasi dan pembangunan infrastruktur untuk mendukung konektivitas ekonomi digital yang berkesinambungan, berkorelasi dengan perkembangan proses bisnis dan transaksi ekonomi digital yang terdiri dari *E-commerce dan Financial technology (Fintech)* di Indonesia.

Kurun waktu dua tahun terakhir yaitu tahun 2017 hingga tahun 2018, sudah 45,30 persen usaha di Indonesia telah menggunakan internet sebagai bagian dari sumber daya bisnis. Kemudian pada tahun 2019 sebanyak 25,11 persen pelaku usaha yang mulai memanfaatkan usahanya sebagai *e-commerce*. Selama tahun 2018 jumlah transaksi yang dihasilkan dari 13.485 usaha *e-commerce* adalah sebanyak 24.821.916 transaksi, dengan nilai transaksi 17,21 triliun rupiah. Data tersebut bila dirata-ratakan diperoleh pada tahun 2018 sebanyak 1.841 kali transaksi dilakukan usaha *E-commerce* (BPS, 2019).

Peningkatan yang memuaskan ditunjukkan laju pertumbuhan pendanaan *fintech*, pada periode desember tahun 2018 hingga juni tahun 2019 terjadi kenaikan sebesar 97,6 persen jumlah pinjaman yang disalurkan, sedangkan jumlah peminjam periode maret tahun 2018 hingga juni tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 59,23 persen (Asosiasi FinTech Indonesia, 2018). Kemudian data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan sebanyak 164 jumlah perusahaan *fintech* yang terdaftar dan berizin pada periode desember 2019 menyalurkan pinjaman 81,50 triliun rupiah atau meningkat sebesar 259,56 persen. Selanjutnya *outsatnding* pinjaman hingga periode desember 2019 yakni sebesar 13,16 triliun rupiah atau meningkat sebesar 160,84 persen selama satu tahun berjalan (OJK, 2019).

Data perkembangan ekonomi digital yakni *e-commerce* dan *fintech* yang telah diuraikan telah cukup memberi gambaran dan keyakinan bahwa ekonomi digital dimasa mendatang mampu menjadi penyangga daya saing ekonomi nasional. Namun, yang menjadi perenungan adalah bagaimana kemampuan daya saing ekonomi digital syariah dalam perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Sebagai negara yang memiliki penduduk mayoritas muslim dan sebagai negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, tentunya menjadi topik yang menarik mengkaji prospek daya saing ekonomi digital syariah di Indonesia.

Beberapa studi berkaitan dengan *fintech* syariah, *e-commerce* Syariah, dan kontribusi ekonomi digital syariah terhadap pendapatan nasional telah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Misalnya pada penelitian yang dilakukan Barata (2019) yang mengemukakan dua hasil penelitian, yang pertama ekonomi digital syariah berkembang seiring dengan menurunnya kemiskinan dan ketimpangan di Indonesia, dan yang kedua ekonomi digital dengan prinsip syariah sangat membantu dalam perekonomian Indonesia dan mampu menjadi solusi perkembangan UMKM. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Abdus salam (2018) terkait peluang dan tantangan inklusi keuangan perbankan syariah berbasis *digital-banking* mengemukakan hasil bahwa Transformasi digitalisasi

layanan perbankan syariah merupakan sebuah keharusan. Melalui digitalisasi, perbankan syariah mampu menjangkau market yang belum tersentuh dan dengan menggunakan teknologi, layanan kepada konsumen dapat lebih ditingkatkan.

Kebaruan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menggabungkan variabel *e-commerce* dan *fintech* kemudian secara spesifik dianalisa tingkat daya saingnya dengan pendekatan model diamond porter. Topik inilah yang menjadi fokus penulis untuk menganalisa bagaimana kemampuan daya saing ekonomi digital syariah di Indonesia.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Daya saing merupakan kinerja atau usaha yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai lebih dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif. Menciptakan keunggulan kompetitif, persaingan yang dilakukan perusahaan bukanlah untuk menghancurkan pesaingnya melainkan bagaimana perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih banyak dibanding keuntungan yang diperoleh pesaingnya (Margetta, 2014).

Menurut Porter keunggulan bersaing (*competitive advantage*) merupakan kinerja kompetitif yang diperoleh perusahaan melalui karakteristik produk dan sumber daya perusahaan, sehingga perusahaan menghasilkan kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain dalam industri dan pasar yang sama (Porter, 2001). Lebih lanjut, Porter mengemukakan model *diamond porter* digunakan untuk menganalisa intensitas persaingan suatu industri. Model *diamond porter* yang diformulasikan oleh porter merupakan alat analisis dalam melihat daya saing perusahaan atau industri secara nasional dan global yang kemudian melihat dampak yang dihasilkan dari daya saing tersebut terhadap suatu negara (Pearce., J, Robinson, 2013).

Menggunakan model *diamond porter* sebagai instrumen analisa daya saing, diperlukan empat dimensi pengukuran yang saling berkaitan yakni 1) Kondisi faktor, 2) Kondisi permintaan, 3) Industri yang berkaitan dan mendukung, 4) struktur, strategi, dan pesaing perusahaan (Porter, 1990).

Perkembangan bidang teknologi dan informasi memberi dampak pada setiap lini aktifitas masyarakat, tanpa terkecuali dalam bidang ekonomi. Ekonomi yang bertumpu pada kemampuan koneksi internet dalam melakukan interaksi dan bertransaksi dengan konsumen disebut dengan istilah ekonomi

digital. Istilah secara umum biasa lebih familiar dengan sebutan *e-business* atau *e-commerce*. Ekonomi digital juga telah telah berakselerasi dan berkembang dalam kegiatan perdagangan di Indonesia (Dewi Rosadi & Gumelar Pratama, 2018).

Persaingan dalam bisnis menurut pandangan Islam merupakan aktifitas yang belandaskan hukum-hukum Islam yang memiliki kaitan dengan akad bisnis (Yusanto, 2002). Bisnis tidak dijalankan untuk melakukan kapitalisasi modal dan menjatuhkan pesaing bisnis, kegiatan bisnis dijalankan hanya untuk memberi masalah dan mengharap ridha Allah SWT (Sirajuddin & Tamsir, 2019). Menjalankan bisnis seseorang pebisnis muslim akan bertawakkal dan percaya bahwa Allah SWT menjamin rezeki bagi setiap mahluknya, sebagaimana dijelaskan dalam Qs. Hud (11) ayat 6:

﴿وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ ﴿٦﴾

Terjemahnya:

Tidak ada satupun yang bergerak dimuka bumi ini kecuali Allah menanggung rezekinya.

Upaya memudahkan menganalisis daya saing ekonomi digital syariah, diperlukan pemahaman terminologi ekonomi digital secara umum. Menurut *ASEAN Investment Report 2018*, ekonomi digital adalah aplikasi berbasis teknologi yang penggunaannya memakai internet dalam memproduksi, memasarkan, mendistribusi, serta memberi pelayanan barang dan jasa kepada konsumen (Nations, 2018).

Thomson Reuters dan Dinar Standard mendefinisikan ekonomi digital syariah yaitu seluruh konten islami berupa layanan atau produk yang diberikan kepada konsumen melalui berbagai platform aplikasi berbasis teknologi internet dengan persyaratan islami yang telah ditentukan penyedia konten atau produk (Thomson & Dinar Standard, 2015). Pertumbuhan ekonomi digital dapat dianalisa melalui pertumbuhan dua sektor yakni *e-commerce* dan *fintech* (Wibowo, 2018). Perkembangan internet yang begitu cepat menyebabkan masyarakat pengguna internet ikut meningkat. Keadaan ini merupakan peluang *e-commerce* syariah dan *fintech* syariah untuk melakukan penjualan, distribusi, dan layanan transaksi bisnis berbasis startup (teknologi) yang sesuai dengan maqashid syariah.

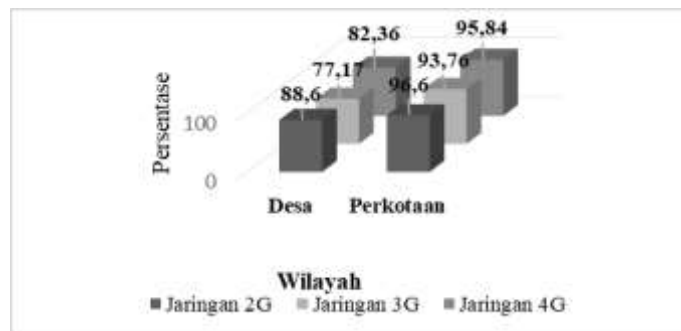
## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *library research* yaitu pengumpulan data pustaka berupa buku, artikel, laporan pemerintah atau swasta, dan karya tulis lainnya yang memuat teori pemikiran dan relevan dengan variabel penelitian yang diteliti. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisa dengan menggunakan model *diamond porter*. Melalui model *diamond porter* penulis melakukan analisa komparatif yaitu merekonstruksi dan menginterpretasi gagasan terkait kemampuan daya saing ekonomi digital syariah di Indonesia.

## PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi digital tergantung pada kondisi konektivitas jaringan antar wilayah. Kementerian Komunikasi dan Informatika secara konsisten meningkatkan akses konektivitas jaringan di seluruh wilayah Indonesia. Keadaan akses konektivitas jaringan pada suatu wilayah secara jelas diuraikan pada grafik berikut ini:

Grafik 1. Persentase Infrastruktur Akses Jaringan di Setiap Wilayah



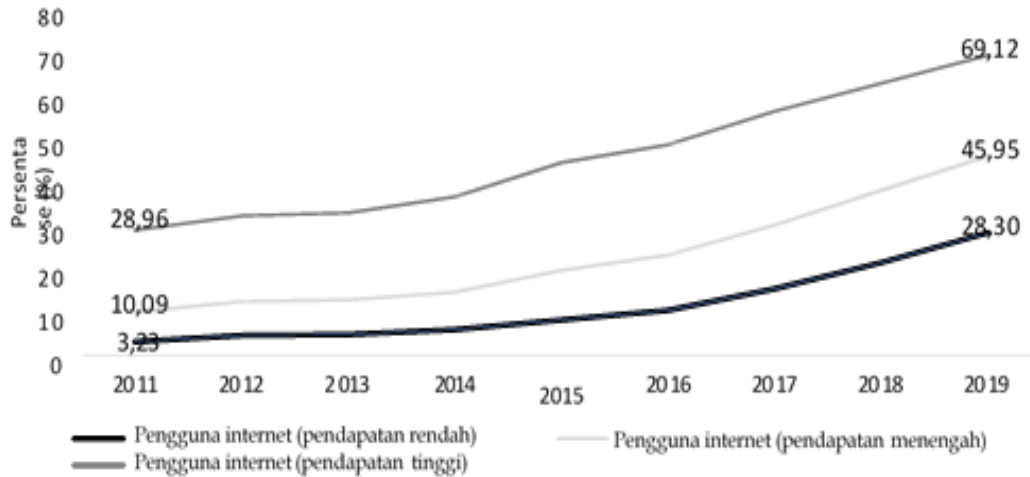
Sumber: diolah dari Kementerian Kominfo, 2020

Data pada Grafik.1 menunjukkan kondisi akses jaringan tidak mengalami kesenjangan antar wilayah desa dan perkotaan. Sampai dengan tahun 2018, infrastruktur jaringan 4G sudah mencakup 66 kabupaten/kota, 5.954 kecamatan, dan 68.537 desa (Kominfo, 2018). Data Aksesibilitas tersebut sejalan dengan hasil susenas yang dilakukan BPS pada tahun 2018 .

Sesuai data hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2018 yang dirilis BPS diperoleh 39,90 persen penduduk Indonesia telah menggunakan internet (BPS, 2018). Internet perlahan menjadi sebuah kebutuhan di tengah

masyarakat. Hal ini dilihat pada populasi Indonesia yang menggunakan internet dari berbagai macam latar belakang pendapatan. Pengguna internet berdasarkan pendapatan diuraikan pada data berikut:

Grafik 2. Persentase pengguna internet berdasarkan pendapatan

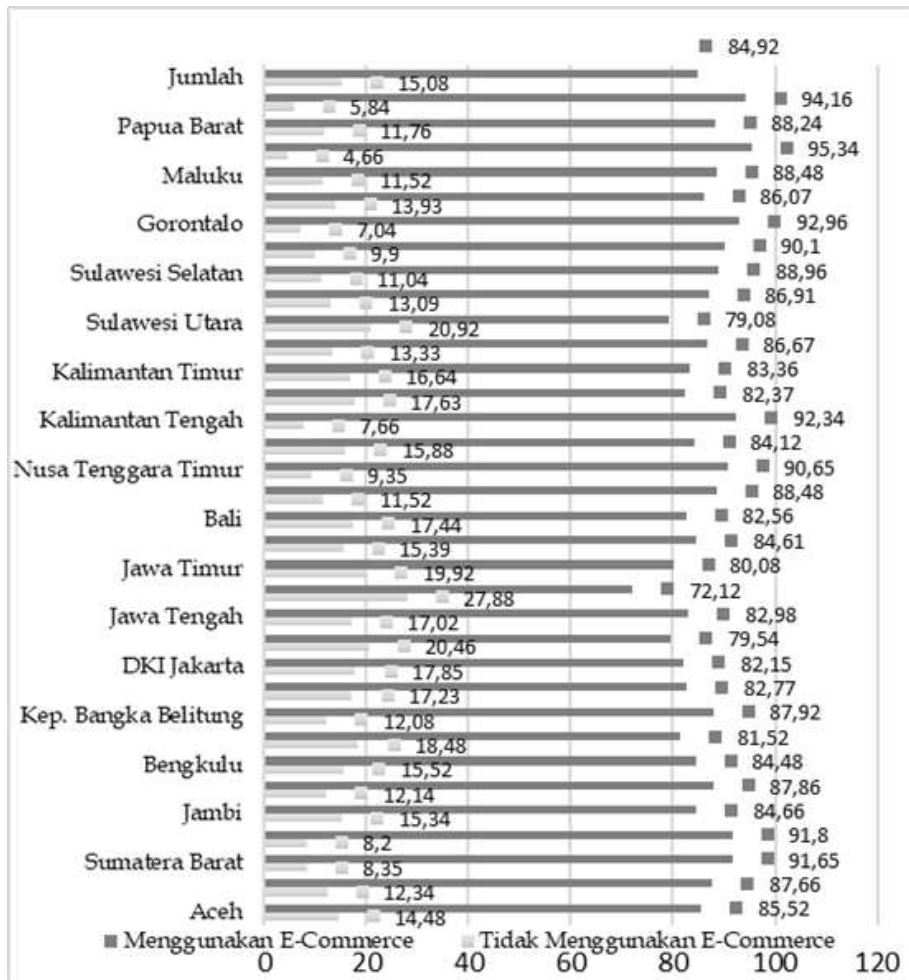


Sumber: Susenas 2019, Smeru Resesarch Institut 2020

Data pengguna internet berdasarkan pendapatan sebagaimana ditunjukkan pada Grafik.2 menggambarkan bahwa trend pengguna internet setiap tahunnya mengalami peningkatan. Trend peningkatan ini dialami dari semua pengguna internet yang memiliki latar belakang pendapatan berbeda. Pada Grafik.2 terlihat pada periode tahun 2011 sampai dengan 2019 populasi Indonesia pemakai internet mengalami peningkatan.

Ketersediaan infrastruktur jaringan dan penggunaan internet yang selalu mengalami peningkatan merupakan data aktual yang menunjukkan Indonesia memiliki cukup kemampuan dalam mengembangkan ekonomi digital (Djawahir, 2019). Namun, data tersebut tidak didukung oleh pelaku usaha yang belum maksimal berpartisipasi dalam penguatan ekosistem ekonomi digital (*e-commerce*). Indikator yang menunjukkan belum maksimalnya partisipasi pelaku UMKM dalam pengembangan ekosistem *e-commerce* dapat dilihat dari rendahnya pelaku usaha yang mengalihkan atau menggabungkan usaha dalam dunia digital. Data persentase usaha yang menggunakan dan tidak menggunakan *e-commerce* diuraikan sebagai berikut:

Grafik 3. Persentase pelaku usaha menggunakan dan tidak menggunakan *e-commerce*



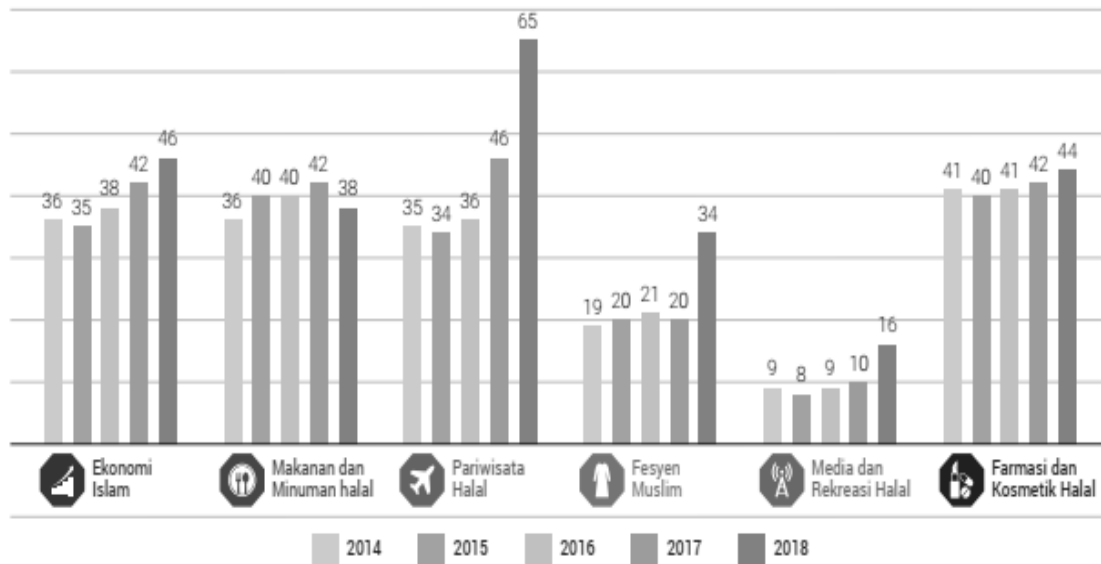
Sumber: diolah dari data sekunder, 2020

Persentase pelaku usaha yang digambarkan pada Grafik.3 menunjukkan masih rendahnya pelaku usaha *e-commerce* yang tersebar secara merata diseluruh wilayah provinsi. Dilihat dari jumlah persentase hanya 15,08 persen usaha menggunakan *e-commerce* dan 84,92 persen tidak menggunakan *e-commerce*. Keadaan ini merupakan peluang sekaligus tantangan penggiat ekonomi digital syariah. Menjadi peluang dikarenakan data persentase *e-commerce* saat ini masih tergolong rendah yang dapat diartikan pelaku *e-commerce* digital syariah memiliki sedikit kompetitor sehingga bisa dengan leluasa melakukan penetrasi pasar, sedangkan menjadi tantangan dikarenakan pelaku ekonomi digital syariah harus lebih berusaha meyakinkan konsumen dan pelaku usaha untuk menggunakan ekonomi digital syariah.



Peluang ekonomi syariah untuk meningkatkan daya saing berbasis digital sangat didukung oleh perkembangan dan penggunaan produk halal yang setiap tahunnya mengalami peningkatan, seperti yang diuraikan pada gambar berikut ini:

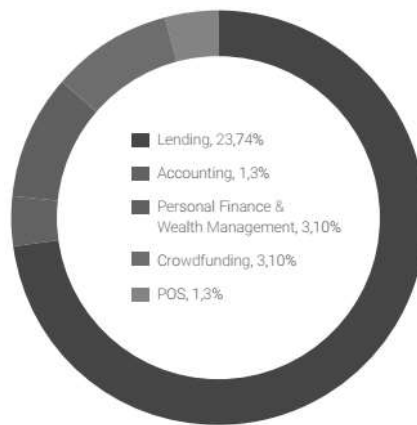
Grafik 4. Perbandingan Skor Antarsektor halal di Indonesia 2014-2018



Sumber: Global Islamic Economy Gateway (2018)

Data perbandingan antarsektor halal di Indonesia menjelaskan bagaimana trend peningkatan yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Meskipun belum merata, namun trend ini bisa dijadikan indikator bahwa konsumen produk halal di masa mendatang akan mengalami perkembangan. Hal ini yang perlu dimanfaatkan pelaku ekonomi digital berbasis syariah untuk segera mendigitalisasi layanan setiap sektor produk halal yang diminati konsumen. Selain penggunaan produk halal yang dijadikan indikator peningkatan daya saing ekonomi digital syariah, perkembangan *fintech* syariah pun bisa dijadikan rujukan. Sebagaimana yang ditunjukkan pada grafik berikut:

Grafik. 5 Distribusi *fintech* Syariah di Indonesia



Sumber: Asosiasi Fintech Syariah Indonesia, 2018

Data distribusi *fintech* syariah yang diuraikan pada grafik 5, didukung oleh data unduhan aplikasi *fintech* syariah yang ada di play store sebagaimana diuraikan pada grafik berikut:

Grafik. 6 Aplikasi Fintech Syaria dengan unduhan terbanyak

N0	Nama Perusahaan	Jenis Layanan	Jumlah Unduhan
1	Tamasia	Personal Finance & Wealth Management	50000+
2	SyarQ	Lending	10000+
3	Qasir	POS	10000+
4	Oorth	Crowdfunding	10000+
5	Ammana	Lending	5000+
6	Dana Syariah	Lending	5000+

Sumber: Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia, 2019

Data perkembangan *fintech* syariah yang telah diruaikan menunjukkan bahwa ekonomi syariah di Indoensia memiliki potensi untuk lebih berkembang dengan memanfaatkan secara maskimal layanan berbasis digital.

#### **Analisis Daya Saing dengan Model Diamond Porter**

Analisa daya saing ekonomi digital syariah menggunakan model diamond porter. Analisis deskriptif daya saing dilakukan dengan menganalisa dimensi-dimensi yang diprediksi mempengaruhi keunggulan bersaing ekonomi digital syariah. Dimensi yang dianalisa meliputi dimensi utama yang terdiri dari 4 indikator yaitu 1) Kondisi faktor, 2) Kondisi permintaan, 3) Industri yang

berkaitan dan mendukung, 4) struktur, strategi, dan pesaing perusahaan. Selain dimensi utama, terdapat juga dimensi penunjang yang terdiri dari dua indikator yaitu 1) peran pemerintah, dan 2) peran kesempatan (Mazzarol et al., 2005). Model diamond porter pada ekonomi digital syariah digambarkan pada gambar berikut:

Gambar 1. Model *Diamond Porter* pada Ekonomi Digital Syariah di Indonesia



### Kondisi Faktor (*Factor Condition*)

Kondisi faktor yang mempengaruhi kemampuan daya saing ekonomi digital syariah terdiri dari empat indikator yang meliputi pertama kondisi faktor sumber daya manusia, kedua kondisi faktor sumber daya modal, ketiga kondisi faktor sumber daya ilmu pengetahuan dan teknologi, dan keempat kondisi faktor infrastruktur dan manajemen.

Kondisi faktor sumber daya manusia pada ekonomi digital syariah di Indonesia ditunjang oleh *human capital* yang memiliki *skill* dan kompetensi. Laporan hasil survei *state of the global islamic economy 2018-2019* yang mengukur pencapaian dan perkembangan kondisi ekonomi syariah suatu negara secara global, Indonesia berada pada peringkat kesepuluh dari 15 negara yang disurvei. Hasil ini lebih baik dibanding tahun lalu yang hanya menempatkan Indonesia pada peringkat sebelas. Pencapaian ini merupakan hasil dari peran sumber daya manusia kompeten dan profesional yang terlibat dalam pengembangan ekonomi digital syariah. Sumber daya manusia yang kompeten dan profesional memiliki peran vital untuk menjaga peluang ekonomi syariah

dalam memanfaatkan ruang virtual (digital) dan menarik minat konsumen atau pembeli.

Kondisi faktor sumber daya modal pada ekonomi digital syariah di Indonesia terus mengalami kemajuan. Data dari Otoritas Jasa Keuangan sektor *fintech* syariah per desember 2019 mengalami peningkatan aset sebesar Rp. 50.618.571.149 atau naik sebesar 200,75 persen bila dibandingkan dengan persentase aset pada desember 2018. Hal yang demikian juga ditunjukkan pada sektor *e-commerce*. Masuknya startup besar seperti Tokopedia dan Shopee dalam pasar digital syariah semakin menguatkan struktur modal dalam ekonomi digital syariah di Indonesia.

Dukungan kondisi faktor ilmu pengetahuan dan teknologi ekonomi digital syariah di Indonesia telah banyak dilakukan oleh lembaga pendidikan, pemerintah, dan swasta. Pada bidang ilmu pengetahuan, meningkatnya prodi ekonomi syariah yang dibuka tidak hanya pada perguruan tinggi agama tetapi juga perguruan tinggi umum merupakan keadaan yang menggambarkan peminatan akan ilmu ekonomi syariah semakin diminati. Selain itu riset terkait perkembangan ekonomi digital syariah juga banyak menarik keterlibatan instansi pemerintah dan swasta. Kemudian dari bidang teknologi, para pelaku ekonomi digital syariah senantiasa mengikuti perkembangan teknologi sesuai dengan kemajuan pasar. Hal ini bisa dilihat dari hasil riset dan survey beberapa lembaga pemerintah dan swasta yang menunjukkan perkembangan ekonomi digital syariah selalu mengalami peningkatan. Kondisi peningkatan menunjukkan indikator bahwa teknologi yang digunakan ekonomi digital syariah mampu memenuhi kebutuhan konsumen (Ansori, 2016).

Kondisi infrastruktur dalam ekonomi digital syariah tidak jauh berbeda dengan apa yang digunakan para pelaku ekonomi digital secara umum. Kondisi infrastruktur hanya tergantung pada ketersediaan akses jaringan yang disediakan pemerintah dan perusahaan operator seluler. Faktor yang membedakan terletak pada kelengkapan manajemen yang tentunya pada ekonomi digital syariah menyesuaikan aturan syariah Islam misalnya budaya organisasi, etika berbusana, dan akad transaksi.

#### **Kondisi Permintaan (*Demand Condition*)**

Pangsa pasar (*market share*) ekonomi digital syariah di Indonesia sangat besar dan memiliki potensi untuk terus berkembang. Hal ini bisa dilihat dari trend pengguna dan konsumsi produk halal semakin tinggi dan memiliki segmentasi tersendiri di mata konsumen (Maulida, 2013). Menurut laporan *Global Islamic Economy Indicator Report*, dilihat secara agregat pada tahun 2017,

penduduk Indonesia menggunakan pengeluaran sebesar USD 218,8 milyar untuk seluruh konsumsi di sektor ekonomi syariah. Keadaan ini sekaligus menempatkan Indonesia pada tahun 2017 secara global sebagai negara tertinggi yang mengkonsumsi makanan dan minuman halal dengan jumlah pengeluaran sebesar USD 1,303 triliun (Thomson & Dinar Standard, 2015).

Selain itu permintaan di bidang ekonomi digital terus menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan kearah yang positif. Pertumbuhan dan perkembangan ini dapat dilihat dari proses bisnis yang terjadi pada *e-commerce* dan *fintech*. Menurut data Statista, pada tahun 2017 nilai transaksi retail pada *e-commerce* mengalami peningkatan. Diproyeksikan transaksi penjualan *online* dimasa mendatang dalam kurun waktu empat tahun meningkat dua kali lipat, yakni dari USD 7,1 miliar berlipat ganda menjadi USD 14,4 miliar ditahun 2021 (Bappenas, 2019).

### **Industri Terkait dan Pendukung**

Perkembangan ekonomi digital syariah didukung oleh iklim industri digital Indonesia yang juga mengalami kemajuan yang cukup menjanjikan. Berdasarkan laporan startup Report 2017 yang dipublikasikan oleh Daily Social.id mengungkapkan bahwa dikanca Asia Tenggara, Indonesia merupakan negara yang memiliki *market share* produk ekonomi digital terbesar dan diperkirakan akan terus mengarah pada pertumbuhan yang pesat. Dilihat dari sektor industri startup digital yang mengalami kemajuan di Indonesia, maka bukan tanpa alasan Indonesia masuk dalam kategori lima negara di dunia yang memiliki jumlah startup terbanyak yaitu 2.200 startup (Anonim, 2018).

Para pelaku startup yang memiliki omset besar dan tergolong kategori *e-commerce* 'unicorn' seperti tokopedia, shopee, gojek, dan linkAja berlomba menyediakan fitur platform digital syariah. Terbaru startup bukalapak sementara mempersiapkan platform kewirausahaan digital berbasis ekonomi syariah. Bukalapak yang sebelumnya telah membuka tujuh produk digital berbasis ekonomi syariah mampu menghasilkan pertumbuhan Asset Under Management (AUM) sebesar 168 persen. Bahkan Bukamodal Syariah mampu memikat pengajuan pinjaman tiga kali lebih banyak dari versi konvensional (Rahmad Fauzan, 2019).

### **Struktur, Strategi dan Pesaing Perusahaan**

Peluang untuk terus bertumbuh di masa mendatang merupakan daya tarik tersendiri bagi ekonomi digital syariah. Besarnya segmentasi konsumen muslim di Indonesia merupakan kekuatan dari industri ini. Selain itu, pesatnya perkembangan dunia teknologi yang diikuti dengan meningkatnya perilaku masyarakat yang konsumtif merupakan peluang yang mesti dikelola secara

maksimal. Memberikan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya menggunakan produk halal merupakan strategi yang efektif yang dilakukan para pelaku ekonomi digital syariah. Terlihat dari publikasi laporan beberapa lembaga yang menunjukkan trend peningkatan penggunaan produk halal.

Strategi lain yang dilakukan yaitu pendanaan yang dilakukan *fintech* Syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan maqashid syariah. Maqashid syariah merupakan tujuan dan makna yang disepakati oleh pembuat syariah dalam menetapkan hukum untuk kemaslahatan umat manusia (Zatadini & Syamsuri, 2018). Prinsip syariah yang diimplementasikan *fintech* syariah diharapkan mampu memberi kemudahan pelaku UMKM untuk mengakses layanan keuangan.

Kemudahan akses layanan keuangan bagi UMKM yang sesuai dengan prinsip syariah dapat menggerakkan masyarakat untuk menekuni usaha digital dengan platform ekonomi digital seperti web, *e-commerce*, atau media sosial tanpa harus membuka toko fisik (Barata, 2019). Secara struktur, ekonomi digital syariah juga mengedepankan prinsip syariah. Hal ini terimplementasikan dalam struktur manajemen yang mengedepankan nilai-nilai syariah dalam budaya organisasi, serta dari segi modal dan transaksi yang ekonomi digital syariah juga sesuai akad syariah dan bebas riba. Keutamaan ini merupakan kekuatan unggulan yang dimiliki ekonomi digital syariah dalam melakukan persaingan bisnis berbasis digital di Indonesia.

#### **Pemerintah (Government)**

Kesiapan infrastruktur jaringan yang setiap tahunnya mengalami perbaikan dan peningkatan merupakan bentuk dukungan dan langkah serius yang dilakukan pemerintah untuk memaksimalkan pasar ekonomi digital (Lestari, 2018). Adanya dukungan dari segi infrastruktur tentunya memberikan kemudahan bagi pelaku usaha atau masyarakat yang ingin menekuni ekonomi digital syariah. Selain kesiapan infrastruktur, pemerintah juga mendukung pengembangan ekonomi digital melalui regulasi yaitu Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 Tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map *E-commerce*) Tahun 2017-2019.

Penguatan ekosistem digital melalui pengembangan infrastruktur dan regulasi, selain semakin menguatkan pertumbuhan ekonomi nasional, juga bertujuan untuk menguatkan ekosistem industri *e-commerce* lokal. Hanya saja pemerintah harus memberikan perhatian khusus terhadap rendahnya pelaku UMKM yang berbasis online, perlindungan data konsumen yang beberapa kasus

berhasil diretas, serta permasalahan pajak digital yang seharusnya segera diselesaikan pemerintah.

### **Peluang (Chance)**

Masih rendahnya pelaku usaha yang berbasis online merupakan peluang dan kesempatan bagi ekonomi digital syariah melakukan eksplorasi pasar di dunia digital. Trend peningkatan penggunaan produk halal adalah potensi yang mesti secara maksimal dikelola sebaik-baiknya. Konsumen muslim yang begitu besar di Indonesia merupakan peluang untuk menciptakan *market share* yang lebih besar sekaligus menjadi tantangan bagi pelaku ekonomi digital syariah karena harus mampu menarik kepercayaan publik untuk menggunakan produk digital syariah. Memberikan kemudahan akan akses layanan dan menghasilkan produk yang sesuai dengan prinsip syariah tentunya menjadi keunggulan dan dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk menggunakan platform digital berbasis syariah.

## **KESIMPULAN**

Perkembangan ekonomi digital syariah secara nasional sangat pesat. Besarnya nilai transaksi yang dihasilkan merupakan indikator bahwa industri digital syariah mendapat respon yang positif dari konsumen. Selain itu ekonomi digital syariah telah mampu menjadi bagian dalam upaya menguatkan pertumbuhan ekonomi nasional ke arah yang lebih maju. Berdasarkan hasil analisa daya saing yang menggunakan model *diamond porter* dengan menggunakan empat indikator utama yaitu 1) Kondisi faktor, 2) Kondisi permintaan, 3) Industri yang berkaitan dan mendukung, 4) struktur, strategi, dan pesaing perusahaan, dan dua indikator penunjang yaitu 1) peran pemerintah, dan 2) peran kesempatan, menunjukkan ekonomi digital syariah di Indonesia mempunyai kemampuan daya saing yang tinggi dalam mengelola pasar digital di Indonesia. Selain itu, penelitian ini menemukan beberapa aspek yang perlu menjadi perhatian dan perlu diperbaiki oleh para *stakeholder* seperti masih rendahnya pelaku UMKM berbasis digital, keamanan data konsumen, dan penguatan regulasi ekonomi syariah. Perbaikan dan penguatan terhadap ekosistem ekonomi digital syariah yang berkelanjutan dapat mendorong ekonomi digital syariah dimasa mendatang untuk terus tumbuh dan berkembang memberi kemaslahatan bagi semua masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdus Salam. (2018). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 63. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2813>
- Anonim. (2018). *Startup Ranking. Startup Ranking.* <https://www.startupranking.com/countries>
- Ansori, A. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. *Islamic Ocnomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 1-18. <https://doi.org/10.32678/ije.v7i1.33>
- Asosiasi FinTech Indonesia. (2018). *Indonesia FinTeh Report.*
- Bappenas. (2019). *Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024.*
- Barata, A. (2019). Strengthening National Economic Growth and Equitable Income Through Sharia Digital Economy in Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(1), 145-168. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i1.1053>
- BPS. (2018). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2018.*
- BPS. (2019). *Statistik E-commerce.*
- Bukman, L. (2019). Revolusi Industri 4.0 Dan Disrupsi, Tantangan Dan Ancaman Bagi Perguruan Tinggi. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang 12 Januari 2019*, 2, 364-370.
- Dewi Rosadi, S., & Gumelar Pratama, G. (2018). Urgensi Perlindungan data Privasidalam Era Ekonomi Digital Di Indonesia. *Veritas et Justitia*, 4(1), 88-110. <https://doi.org/10.25123/vej.2916>
- Djawahir, A. U. (2019). Menuju Indonesia Menjadi Pusat Ekonomi Syariah Terkemuka Dunia: Sebuah perjalanan Dynamic Governace. *Annual Conference for Muslim Scholars*, 60-72.
- Hartono, J. (2018). *Strategi Penelitian Bisnis.* Andi.
- Kominfo. (2017). *Laporan Tahunan.*
- Kominfo. (2018). *Laporan Tahunan 2018.*
- Lestari, N. (2018). Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah. *LABATILA :Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 1(2), 74-94. <https://ejournal.iainu->



kebumen.ac.id/index.php/lab/article/download/81/67

- Margetta, J. (2014). *understanding Michael Porter, Panduan paling penting tentang kompetisi dan strategi*. Penerbit Andi.
- Maulida, R. (2013). Urgensi Regulasi Dan Edukasi Produk Halal Bagi Konsumen. *Justicia Islamica*, 10(2). <https://doi.org/10.21154/justicia.v10i2.153>
- Mazzarol, T., Patmore, R., & van Heemst, N. (2005). Mapping Industry Clusters in the Digital Economy - Using Cluster Analysis to Identify Emerging Industries. *CRIC Cluster Conference: Beyond Cluster- Current Practices & Future Strategies*.
- Nations, T. A. of S. A. (2018). *ASEAN Investment Report*. OJK. (2019). *Perkembangan FinTech Lending Periode Desember 2019*.
- Pearce., J, Robinson, R. (2013). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (14th ed.). Salemba Empat.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Porter, M. E. (2001). *Competitive Advantage. Edisi Bahasa Indonesia* (4th ed.). PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Rahmad Fauzan. (2019). *Gandeng Pemerintah Bukalapak Rambah Bisnis Kewirausahaan Digital Syariah*. Bisnis.Com. <https://teknologi.bisnis.com/read/20191203/266/1177203/gandeng-pemerintah-bukalapak-rambah-bisnis-kewirausahaan-digital-syariah>
- Sirajuddin, & Tamsir. (2019). Rekonstruksi Konseptual Kepemilikan Harta Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kritis Kepemilikan Harta Sistem Ekonomi Kapitalisme). *Laa Maisyir Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 211-215. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v6i2.11838>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (Cetakan 3). alfabeta.
- Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*. Ghalia Indonesia.
- Thomson, R., & DinarStandard. (2015). *Digital Islamic Economy Special focus brief on the Digital Islamic Services*. Thomson Reuters.
- Wibowo, E. W. (2018). Analisis Ekonomi Digital Dan Keterbukaan Terhadap Pertumbuhan Gdp Negara Asean. *Jurnal Lentera Bisnis*, 7(2), 66. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v7i2.235>

**Muhajir:** *Daya Saing; Ekonomi; Digital Syariah.*

Yusanto, M. I. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani Press.

Zatadini, N., & Syamsuri, S. (2018). Konsep Maqashid Syariah Menurut Al-Syatibi Dan Kontribusinya Dalam Kebijakan Fiskal. *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.29240/alfalah.v3i2.587>