

Transformasi Digital Berbasis E-Commerce Dalam Mendukung Pertumbuhan

Ekonomi Syariah Yang Inklusif Dan Berkelanjutan

(Tenti Tri Apriani, Rintan Desti Pertiwi, Pitri, Ria Permata Sari,

Serly Maharani, Putri Jeni Meirisha, Fitri Rosalina, Mita Zelvia, Choiriyah, 2024)

Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN) Vol. 2, No. 4, Desember 2024, (Hal. 1333-1346)

Transformasi Digital Berbasis E-Commerce Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Syariah Yang Inklusif Dan Berkelanjutan

**Tenti Tri Apriani¹, Rintan Desti Pertiwi², Pitri³, Ria Permata Sari⁴,
Serly Maharani⁵, Putri Jeni Meirisha⁶,
Fitri Rosalina⁷, Mita Zelvia⁸, Choiriyah⁹**

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email : tenti2704@gmail.com, rdestipertiwi@gmail.com, fitridrulvita@gmail.com,
riapermatasari809@gmail.com, maharanserly4@gmail.com, putrijenj27@gmail.com,
fitri11102023@gmail.com, mitazelviaa01@gmail.com, choi@stebisigm.ac.id

Abstrak

Transformasi digital berbasis E-commerce menjadi elemen penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah yang inklusif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran E-commerce sebagai katalisator dalam memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan ekosistem bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan. Hasil menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam sektor ekonomi syariah, khususnya untuk UMKM, memungkinkan bisnis syariah bersaing di pasar global tanpa mengabaikan nilai-nilai syariah. Namun, tantangan seperti kesenjangan infrastruktur digital dan literasi syariah perlu diatasi melalui sinergi antara pemerintah, sektor swasta, lembaga keuangan syariah, dan masyarakat. Dengan pendekatan kolaboratif dan dukungan regulasi yang memadai, transformasi digital berbasis E-commerce memiliki potensi besar untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi syariah yang kompetitif di tingkat nasional dan global.

Kata Kunci: *Ekonomi Syariah, Transformasi Digital, E-Commerce, Inklusi, UMKM*

Abstract

Digital transformation through E-commerce has become a crucial element in supporting the inclusive and sustainable growth of the Islamic economy. This study aims to explore the role of E-commerce as a catalyst in expanding market access, enhancing operational efficiency,

Page **1333** of **1346**

Tenti Tri Apriani, Rintan Desti Pertiwi, Pitri, Ria Permata Sari, Serly Maharani, Putri Jeni Meirisha, Fitri Rosalina, Mita Zelvia, Choiriyah

Transformasi Digital Berbasis E-Commerce Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Syariah Yang Inklusif Dan Berkelanjutan

and fostering a business ecosystem aligned with Sharia principles. Using a descriptive qualitative method, this research analyzes relevant literature sources. The findings reveal that the integration of digital technology in the Islamic economic sector, particularly for MSMEs, enables Sharia-compliant businesses to compete in global markets without compromising Islamic values. However, challenges such as digital infrastructure gaps and Sharia literacy must be addressed through collaboration between the government, private sector, Islamic financial institutions, and communities. With a collaborative approach and adequate regulatory support, E-commerce-based digital transformation holds significant potential to accelerate the growth of a competitive Islamic economy both nationally and globally.

Keywords: *Islamic Economy, Digital Transformation, E-Commerce, Inclusion, MSMEs*

Pendahuluan

Ekonomi syariah telah menjadi sektor dengan potensi besar dalam mendorong pembangunan ekonomi global yang inklusif dan berkelanjutan. Berlandaskan nilai-nilai Islam seperti keadilan, transparansi, dan keberlanjutan, sektor ini menawarkan pendekatan unik dalam aktivitas ekonomi. Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi digital, transformasi digital menjadi peluang strategis untuk memperkuat ekosistem ekonomi syariah, terutama melalui adopsi platform E-commerce (Pratama et al., 2025).

Transformasi digital berbasis E-commerce didefinisikan sebagai integrasi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan layanan berbasis syariah yang lebih kompetitif (Aravik, et.al, 2021). Di Indonesia, perkembangan pesat pengguna internet membuka peluang besar bagi UMKM syariah untuk memanfaatkan E-commerce sebagai medium untuk memperluas pasar sekaligus menekan biaya operasional tanpa mengorbankan prinsip syariah (Ekonomi et al., 2025). Namun, untuk memaksimalkan manfaat ini, diperlukan strategi yang terfokus pada edukasi, kolaborasi, dan peningkatan infrastruktur digital.

Selain memberikan kemudahan dalam akses pasar, E-commerce berbasis syariah juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat. Dengan memanfaatkan platform ini, masyarakat tidak hanya mendapatkan barang dan jasa halal, tetapi juga meningkatkan kesadaran terhadap

pentingnya prinsip-prinsip syariah dalam transaksi ekonomi. Hal ini mendukung terciptanya ekosistem bisnis yang lebih inklusif, beretika, dan berkelanjutan, baik di tingkat nasional maupun internasional (Puspita et al., 2025).

Namun demikian, beberapa tantangan perlu diatasi untuk mengoptimalkan transformasi digital dalam ekonomi syariah, termasuk kesenjangan infrastruktur digital, kurangnya literasi syariah di kalangan pelaku usaha, serta ancaman terhadap keamanan data dalam platform E-commerce. Untuk menjawab tantangan tersebut, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga keuangan syariah menjadi kunci utama. Pendekatan ini dapat menciptakan regulasi yang mendukung dan infrastruktur yang memadai, yang pada akhirnya mempercepat pertumbuhan ekonomi syariah yang berdaya saing (Hakim & Nisa, 2024).

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana transformasi digital berbasis E-commerce dapat mendukung pengembangan ekonomi syariah yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, dibahas pula tantangan dan strategi yang diperlukan untuk mewujudkan ekosistem ekonomi syariah yang tangguh di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Metode ini dipilih untuk menggambarkan fenomena transformasi digital berbasis E-commerce dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah secara mendalam. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku, artikel ilmiah, jurnal, dan laporan penelitian. Sumber-sumber tersebut diperoleh melalui platform pencarian akademik, seperti

Tenti Tri Apriani, Rintan Desti Pertiwi, Pitri, Ria Permata Sari, Serly Maharani, Putri Jeni Meirisha, Fitri Rosalina, Mita Zelvia, Choiriyah

Transformasi Digital Berbasis E-Commerce Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Syariah Yang Inklusif Dan Berkelanjutan

Google Scholar, ResearchGate, dan Mendeley, guna memastikan validitas dan relevansi data yang digunakan (Sugiyono, 2022).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui seleksi literatur berdasarkan kriteria tertentu, yaitu relevansi terhadap topik, keandalan sumber, dan publikasi terkini. Analisis data dilakukan secara tematik, dengan mengidentifikasi pola, hubungan, dan implikasi yang relevan dalam konteks transformasi digital berbasis E-commerce dan penerapannya pada ekonomi syariah. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengaitkan temuan dengan kerangka teoretis yang ada (Handayani, 2020).

Untuk memastikan bahwa data yang digunakan sesuai dengan prinsip syariah dan relevan dengan topik penelitian, literatur yang dikaji mencakup sumber-sumber yang membahas aspek ekonomi syariah, teknologi digital, serta studi kasus tentang adopsi E-commerce oleh pelaku UMKM syariah. Pendekatan ini memberikan gambaran holistik tentang tantangan, peluang, dan strategi yang dapat diterapkan dalam mendukung ekonomi syariah yang berkelanjutan melalui transformasi digital (Latifah et al., 2024).

Hasil dan Pembahasan

1. Pengertian Transformasi Digital dan *E-commerce* dalam Ekonomi Syariah

Transformasi digital dalam konteks ekonomi syariah mencakup penerapan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan sesuai prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, E-commerce syariah menjadi sarana penting yang memungkinkan pelaku usaha mematuhi nilai-nilai syariah sambil tetap kompetitif di pasar global (Aravik & Tohir, 2023). Platform ini memberikan akses terhadap produk dan layanan halal, sekaligus mendukung literasi keuangan berbasis syariah di masyarakat (Muhammad, 2020).

2. Peran Transformasi Digital dalam Ekonomi Syariah

E-commerce berbasis syariah memiliki peran strategis dalam mendukung ekonomi syariah, terutama bagi UMKM. Adopsi teknologi digital memungkinkan UMKM untuk mengakses konsumen yang sebelumnya sulit dijangkau melalui cara konvensional. Di Indonesia, yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, transformasi digital memberikan peluang signifikan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya transaksi halal dalam kehidupan sehari-hari (Latifah et al., 2024).

Selain itu, penggunaan teknologi seperti big data dan artificial intelligence (AI) pada E-commerce berbasis syariah mempermudah analisis kebutuhan konsumen, sehingga pelaku usaha dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih personal. Sebagai contoh, data pembelian dapat digunakan untuk merekomendasikan produk halal yang sesuai dengan preferensi konsumen, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Nurhayati & Yanti, 2024).

3. Tantangan Transformasi Digital Berbasis E-Commerce

Tantangan utama dalam penerapan transformasi digital berbasis E-commerce pada ekonomi syariah adalah kesenjangan infrastruktur digital. Di beberapa wilayah, terutama di daerah terpencil, akses internet yang tidak memadai menghambat pelaku usaha kecil untuk mengintegrasikan E-commerce dalam operasional bisnis mereka (Hakim & Nisa, 2024). Literasi digital yang rendah juga menjadi hambatan signifikan, terutama di kalangan pelaku usaha yang tidak memiliki pemahaman memadai tentang teknologi digital dan prinsip syariah dalam bisnis. Hal ini sering kali menyebabkan kurangnya kepercayaan dalam mengadopsi teknologi baru dan menimbulkan kekhawatiran akan pelanggaran

prinsip syariah, seperti potensi riba dalam transaksi elektronik (Firmansyah et al., 2022).

Ancaman keamanan data juga menjadi perhatian utama. Dengan meningkatnya jumlah transaksi online, risiko serangan siber seperti pencurian data pelanggan menjadi ancaman nyata. Untuk mengatasi hal ini, penerapan teknologi keamanan seperti blockchain dapat menjadi solusi. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan transparansi dan keamanan transaksi, tetapi juga membantu mematuhi prinsip syariah dengan menghilangkan unsur ketidakpastian atau *gharar* (Rahayu & Ningtyas, 2021).

4. Strategi untuk Mengoptimalkan Transformasi Digital

Kolaborasi lintas sektor merupakan langkah penting untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut. Pemerintah dapat memainkan peran dengan menyediakan insentif untuk mendukung pengembangan infrastruktur digital di wilayah yang belum terjangkau. Sementara itu, sektor swasta dapat berinvestasi dalam teknologi yang mendukung E-commerce berbasis syariah, seperti sistem pembayaran halal dan platform edukasi digital (Ekonomi et al., 2025).

Pelatihan dan edukasi berbasis syariah juga harus menjadi prioritas untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Program-program pelatihan dapat meliputi pengenalan terhadap prinsip syariah dalam bisnis digital, serta penggunaan alat dan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi operasional (Puspita et al., 2025).

Selain itu, perlu adanya kebijakan regulasi yang mendorong inovasi di sektor ekonomi syariah. Dengan dukungan regulasi yang kuat dan infrastruktur yang memadai, transformasi digital berbasis E-commerce dapat menjadi penggerak utama dalam menciptakan ekosistem ekonomi syariah yang inklusif, kompetitif, dan berkelanjutan. Dengan strategi yang tepat, transformasi digital melalui E-commerce memiliki potensi besar untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia, menjadikannya contoh bagi negara lain dalam menerapkan teknologi untuk mendukung prinsip-prinsip Islam di sektor ekonomi.

5. Pendapat Para Ahli Tentang Transformasi Digital Berbasis E- Commerce

Menurut Muhmad Danuri (2019), Kegiatan mulai dipermudah dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, mulai dari komunikasi, informasi, transaksi, edukasi, hiburan sampai pada kebutuhan paling pribadi sekalipun dapat terlayani dengan teknologi ini. Perubahan aktivitas individu mulai mempengaruhi proses transaksi yang dilakukannya, setiap individu tidak bergantung lagi kepada uang tradisional tetapi sudah menggunakan uang maya dan pada masanya nanti semua terkoneksi ke arah ini.

Aktivitas serba digital dan elektronik dengan data sebagai peranan utamanya, individu tidak lagi terbatas pada ruang dan waktu, mereka bisa melakukan transaksi secara elektronik dimana saja, dengan siapa saja dan kapan saja. Uang digital memegang peranan penting, gaji diberikan secara digital, belanja dan transaksi juga dengan sarana digital bahkan aktivitas kegiatan transaksi juga dialihkan secara digital karena lebih cepat, efektif dan efisien (D. Muhammad, 2019, Amelia & Aravik, 2024).

Menurut Lara sati dkk (2023), berpendapat bahwa Teknologi sudah menjadi sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan masyarakat saat ini. Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana perangkat digital mentransformasi pembelajaran di sekolah dasar. Proses pendidikan menjadi lebih maju seiring berkembangnya teknologi di dunia pendidikan. Karena teknologi, banyak yang berubah dari waktu ke waktu. Perubahan mencakup pendekatan guru untuk mengajar, pendekatan siswa untuk belajar, dan materi pembelajaran yang terus diperbarui (Sati et al., 2023).

Menurut Deri Firmamnsyah Dkk (2022), menunjukkan bahwa literasi digital memiliki hubungan dengan transformasi digital. Literasi digital dapat memprediksi transformasi digital dalam mempengaruhi daya saing usaha mikro dan kecil. Hambatan dan faktor keberhasilan transformasi digital di kalangan usaha mikro dan kecil dalam upaya meningkatkan daya saing tidak hanya literasi digital yang mempengaruhinya, tetapi juga dimungkinkan untuk menggunakan kombinasi metode penelitian lain untuk menilai ukuran dan kematangan digital (Firmansyah et al., 2022).

6. Fungsi Transformasi Digital Berbasis *E-commerce*

Transformasi digital berbasis *E-commerce* memiliki berbagai fungsi strategis yang mendukung kemajuan bisnis. Salah satunya adalah meningkatkan efisiensi operasional dengan mengotomatiskan proses seperti pengelolaan pesanan, pembayaran, dan inventaris, sehingga mengurangi kesalahan manual. Selain itu, transformasi ini memungkinkan personalisasi layanan pelanggan berdasarkan data, menciptakan pengalaman belanja yang lebih relevan dan nyaman.

E-commerce juga membuka peluang ekspansi pasar ke wilayah yang lebih luas tanpa batasan geografis, serta mendukung pengumpulan dan analisis data untuk memahami tren dan perilaku konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi, bisnis dapat mengembangkan model bisnis baru, seperti berlangganan atau *dropshipping*, serta meningkatkan pengalaman pelanggan melalui fitur seperti pengiriman cepat atau *chatbot* (Bank et al., 2024).

Selain itu, transformasi digital membantu memperkuat merek melalui kampanye pemasaran digital yang terukur dan menjangkau audiens lebih luas. Bisnis juga menjadi lebih *scalable*, memungkinkan pertumbuhan tanpa perlu peningkatan signifikan pada infrastruktur fisik. Di sisi operasional, manajemen rantai pasok menjadi lebih efektif melalui pelacakan real-time, sementara keamanan data dan transaksi ditingkatkan dengan teknologi enkripsi. Dengan mengurangi biaya operasional, seperti pemasaran tradisional atau penggunaan dokumen fisik, transformasi ini mendukung efisiensi dan keberlanjutan

lingkungan. Semua fungsi ini menjadikan transformasi digital berbasis *E-commerce* sebagai langkah penting untuk menciptakan bisnis yang adaptif, kompetitif, dan relevan di era digital (Kirana et al., 2023).

7. Tujuan Transformasi Digital Berbasis *E-commerce*

Tujuan dari transformasi digital berbasis *E-commerce* adalah untuk membangun ekosistem bisnis yang lebih modern, inklusif, dan efisien. Meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses bisnis merupakan salah satu tujuan utama, yang akan menurunkan biaya operasional dan meningkatkan hasil.

Dalam kerangka ekonomi syariah, revolusi digital ini juga berupaya menjamin bahwa semua operasi komersial dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk kesetaraan, keterbukaan, dan larangan riba. Oleh karena itu, *E-commerce* dapat menawarkan sebuah platform yang memfasilitasi semua transaksi yang halal (Sudarmanto et al., 2024). Memperluas akses pasar adalah tujuan lain dari transformasi digital berbasis *E-commerce*, terutama dalam hal menjangkau demografi pelanggan yang sebelumnya sulit dijangkau dengan cara-cara tradisional.

Platform digital memberikan kesempatan kepada perusahaan-perusahaan berbasis syariah dan bank-bank syariah untuk memasarkan barang dan jasa mereka kepada khalayak yang lebih luas, terutama konsumen yang lebih muda dan melek teknologi. Hal ini memberikan peluang untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya transaksi halal dalam kehidupan sehari-hari dan literasi ekonomi syariah (Kosasi, 2015).

Selain itu, melalui inovasi layanan yang lebih cepat, lebih sederhana, dan lebih individual, transformasi digital ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Teknologi digital seperti big data analytics dan *artificial intelligence* (AI) dapat membantu platform *E-commerce* berbasis syariah untuk mengidentifikasi keinginan pelanggan dengan lebih baik dan memberikan solusi yang sesuai. Sebagai hasilnya, pelanggan menjadi lebih puas dan lebih setia pada barang dan jasa berbasis syariah. (Nurhayati & Yanti, 2024).

Transformasi digital berbasis *E-commerce* juga bertujuan untuk mendorong kolaborasi antara regulator, lembaga keuangan, dan pelaku usaha untuk mendorong perluasan ekonomi syariah secara keseluruhan. Diharapkan kemitraan ini akan menghasilkan ekosistem ekonomi syariah yang lebih kompetitif dan terintegrasi di tingkat lokal dan internasional. Perusahaan-perusahaan syariah dapat lebih mudah memasuki pasar internasional dengan memanfaatkan teknologi tanpa mengorbankan prinsip-prinsip syariah (Fanani & Syariah, 2024).

8. Manfaat Transformasi Digital Berbasis *E-commerce*

Manfaat yang dirasakan perusahaan khususnya untuk kepentingan pelanggan memperlihatkan bahwa *E-commerce* dapat memberikan manfaat antara lain (Wibowio, 2014),

- Mendapatkan pelanggan baru. Dengan menggunakan *E-commerce*, perusahaan dapat menjangkau pelanggan baru baik di pasar domestik maupun internasional.
- Dorong konsumen untuk tetap bertahan. kehadiran layanan perbankan elektronik mencegah nasabah berpindah ke bank lain. Selain itu, bank akan mendapatkan nasabah baru dari mereka yang masih menggunakan teknologi lama.
- Peningkatan kualitas layanan. *E-commerce* memungkinkan bisnis untuk meningkatkan layanan melalui interaksi yang lebih personal dan menyediakan konsumen dengan informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

- Melayani konsumen tanpa batas waktu. pelanggan dapat melakukan transaksi dan menggunakan layanan toko tanpa terikat pada jam buka toko.

9. Tantangan dan Strategi Sukses Transformasi Digital Berbasis E-commerce

Transformasi digital berbasis *E-commerce* menghadapi berbagai tantangan, antara lain:

1. **Infrastruktur Digital yang Belum Merata:** Masih terdapat kesenjangan akses internet di berbagai wilayah di Indonesia, yang menghambat adopsi *E-commerce* secara merata. Strategi yang dapat diterapkan adalah mempercepat pembangunan infrastruktur digital di daerah terpencil melalui kerja sama antara pemerintah dan sektor swasta.
2. **Kurangnya Literasi Digital dan Syariah:** Banyak pelaku usaha yang belum memahami cara memanfaatkan teknologi digital secara optimal, apalagi dalam konteks syariah. Solusi yang diusulkan adalah menyediakan pelatihan dan edukasi bagi pelaku UMKM mengenai literasi digital dan prinsip-prinsip syariah dalam bisnis.
3. **Keamanan dan Privasi Data:** Ancaman terhadap keamanan data, seperti serangan siber, dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap platform *E-commerce* syariah. Oleh karena itu, perlu diterapkan sistem keamanan yang kuat, seperti enkripsi data dan otentikasi ganda.

Simpulan

Transformasi digital berbasis E-commerce memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah yang inklusif dan berkelanjutan.

**Tenti Tri Apriani, Rintan Desti Pertiwi, Pitri, Ria Permata Sari,
Serly Maharani, Putri Jeni Meirisha, Fitri Rosalina, Mita Zelvia, Choiriyah**

Transformasi Digital Berbasis E-Commerce Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Syariah Yang Inklusif Dan Berkelanjutan

Dengan mengintegrasikan teknologi digital, pelaku usaha syariah, khususnya UMKM, dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan produk serta layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, E-commerce berbasis syariah turut berkontribusi dalam meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat dan mendorong transparansi dalam transaksi bisnis.

Namun, keberhasilan transformasi digital ini bergantung pada kolaborasi yang efektif antara pemerintah, sektor swasta, lembaga keuangan syariah, dan masyarakat. Tantangan seperti kesenjangan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital dan syariah, serta ancaman terhadap keamanan data harus diatasi melalui pendekatan yang terkoordinasi. Regulasi yang mendukung, pelatihan berkelanjutan, dan investasi dalam teknologi yang sesuai dengan prinsip syariah menjadi langkah penting untuk mengoptimalkan potensi E-commerce dalam ekonomi syariah.

Dengan sinergi yang baik dan strategi yang tepat, transformasi digital berbasis E-commerce dapat menjadi katalisator utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi syariah, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di tingkat global. Hal ini membuka peluang untuk menciptakan ekosistem bisnis syariah yang lebih kompetitif, inklusif, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Daftar Pustaka

- Amelia, R., & Aravik, H. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Dalam Mempermudah Pelayanan Transaksi Nasabah Pada Pegadaian (Persero) Cabang Talang Kelapa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 2(3), 667-680.
- Aravik, H., & Tohir, A. (2023). Education On The Risks of Usury, Gharar, And Maysir In E-Commerce Business. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 2219-2225.
- Aravik, H., Marnisah, L., & Hamzani, A. I. I. (2021). Islamic Business Ethics As A Practical Solutions In The Scope Of E-Commerce Business. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 9(1), 120-137.

- Aysa, I. R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1458>
- Bank, N., Syariah, S., & Kayu, S. (2024). *Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM Berbasis Syariah di Era Teknologi*. 10(01), 1–10.
- Ekonomi, T. J., Manajemen, A., & Novianti, A. (2025). Transformasi Digital Mengubah Lanskap Bisnis UMKM di Era Teknologi Indonesia yang lebih kuat dan berkelanjutan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3.
- Fanani, A. A., & Syariah, E. (2024). *Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Syariah*. 10(12), 1–12.
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Dede. (2022). Daya Saing: Literasi Digital dan Transformasi Digital. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1348>
- Gusti Susmanto, F., Mutiah, R., & Damayanti Rusmana, F. (2024). Implementasi Pengelolaan E-commerce terhadap Strategi Pemasaran Keripik Pisang dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 3(1), 34–49. <https://doi.org/10.57171/jesi.v3i1.29>
- Hakim, A. S., & Nisa, F. L. (2024). Pengembangan Ekonomi Syariah: Tantangan dan Peluang di Era Digital. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 143–156.
- Handayani. (2020). *Bab III Metode Penelitian. Suparyanto dan Rosad*, 5(3), 248–253.
- Kirana, A. Y., Saifudin, M., Mukhlisin, M. M., Fatmawati, N., & Ansori, M. I. (2023). Transformasi Digital terhadap Sumber Daya Manusia sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Perusahaan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-commerce*, 2(4), 19–36. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1707>
- Kosasi, S. (2015). Perancangan Sistem E-commerce untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak. *Snastia*, 2015(Oktober), 110–119.
- Latifah, S. N., Wahidah, E. Y., & Amany, A. (2024). Analisis Hukum Islam terhadap Implementasi Bisnis Syariah pada Platform E-commerce. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 44–51.

- Manajemen, J., Bisnis, D., & Barat, K. J. (2024). Transformasi Digital dan Kewirausahaan Syariah di Era Modernitas: Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 2(2).
- Mardiana, R., Yani, R., Renita, & Andiny, N. (2024). The Role of Islamic Fintech in Promoting Entrepreneurship and Sharia-Based SMEs. *Research Accounting and Auditing Journal*, 1(Januari), 19–25.
- Muhammad, D. (2019). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Infokam*, 15(2), 116–123.
- Muhammad, M. M. (2020). Transaksi E-Commerce dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum*, 2(1), 76. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisadi.v2i1.14021>
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Nurhayati, M., & Yanti, S. N. (2024). Peran Teknologi Informasi dalam Transformasi Bisnis dan Ekonomi. *Jurnal Review Ekonomi Digital*, 7, 10008–10012.
- Pratama, M. F., Efendi, B., Nasution, L. N., Studi, P., Ekonomi, M., Pembangunan, U., & Budi, P. (2025). Transformasi Digital Ekonomi dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi Digital*, 3.
- Puspita, A., Finanta, D., Rayani, C., & Sinulingga, I. (2025). Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi E-commerce Shopee. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 3(1), 105–115.
- Rahayu, R. D., & Ningtyas, R. D. (2021). Halal E-commerce in the Muslim Fashion Sector as an Effort to Encourage the Development of Halal Industry in Indonesia. *Journal of Halal Product and Research*, 4(2), 71–77. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol4-issue.2.71-77>
- Sati, L., Jaelani, W. R., & Herlambang, Y. T. (2023). Transformasi Digital dalam Pendidikan: Sebuah Tinjauan dalam Perspektif Filosofis. *Cendekia Pendidikan*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.9644/scp.v1i1.332>
- Sudarmanto, E., Yuliana, I., Wahyuni, N., Yusuf, S. R., & Zaki, A. (2024). Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 645. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.11628>
- Vahlevi, D. R. L. (2021). Tantangan dan Strategi Implementasi Akad Syariah untuk Pembiayaan UMKM di Era Digital. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952