

Peran Teknologi Informasi dalam Bisnis Halal (Studi Penerapan Teknologi Informasi pada Bisnis Syariah)

Inchi Safitri¹⁾, Ahmad Efendi²⁾

^{1,2} Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar ,Indonesia

Email: inchisafitrim@gmail.com¹, dedimks@gmail.com²

Article History:

Received: 24-05-2023

Accepted: 30-06-2023

Publication: 25-09-2023

Cite this article as:

Safitri, I. ., & Efendi, A. . Peran Teknologi Informasi dalam Bisnis Halal (Studi Penerapan Teknologi Informasi pada Bisnis Syariah). *Multidisciplinary Journal of Education , Economic and Culture*, 1(2), 65–77. <https://doi.org/10.61231/mjecc.v1i2.88>

This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Corresponding Author : inchisafitrim@gmail.com

Abstract: *This study aims to provide information regarding the role of information technology in halal business. Through the use of library research methods, this study has established that information technology is a combination of computer technology, which is responsible for processing and storing information. The development of information and communication technology today greatly influences all aspects of people's lives, especially in the business world, including sharia business. In the Islamic business practices, it is very important to always acknowledge and surrender all efforts to Allah SWT. by recognizing work as a form of worship, one can maintain sincerity in work. Advances in information technology have an important function in the growth and development of sharia business. This can be seen from the functions of information technology itself, such as marketing communication, market share, and so on. Information technology has a role and is applied in several business, such as halal culinary, halal cosmetic, and halal tourism.*

Keywords : *Application, Information Technology, Sharia Business*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis halal saat ini merupakan salah satu kemajuan dalam pengembangan dan perluasan ekonomi Islam di Indonesia. Salah satu hal yang mendukung perkembangan bisnis halal ini adalah jumlah penduduk muslim yang dapat dikatakan lebih dominan. Dengan fenomena tersebut menjadi hal yang wajib bagi para konsumen muslim dalam memilih produk-produk yang akan dikonsumsi. Disamping itu, ada hal yang tak kalah pentingnya dalam proses pengembangan bisnis halal ini. Saat ini kemajuan teknologi begitu pesat diseluruh penjuru dunia. Sebagai seseorang yang mengambil peran dalam dunia bisnis maka menjadi sebuah keharusan baginya untuk bisa bersaing dengan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut.

Kemajuan teknologi informasi dapat dikatakan luar biasa. Informasi atau berita dapat begitu cepat tersebar walaupun tidak semua berita tersebut benar adanya, namun tetap saja itu memperlihatkan sebuah kecanggihan teknologi informasi. Salah satu kecanggihan TI yaitu dapat menghubungkan semua penduduk bahkan yang berada pada pelosok dunia sekalipun. Dikarenakan

setiap individu dapat saling berkomunikasi melalui pemanfaatan teknologi informasi, maka system pemasaran suatu usaha menjadi lebih mudah, yang dikenal masyarakat luas dengan sebuah *online shop*. (Kayla Mubara, 2017: 81-82)

Salah satu peran utama teknologi informasi adalah sebagai alat yang dibutuhkan untuk meningkatkan layanan bisnis. Di zaman yang serba teknologi sekarang ini, tidak heran jika setiap pelaku bisnis di bidang apapun akan menggunakan peran teknologi informasi untuk menunjang kinerja setiap perusahaan. Selain itu, keberhasilan suatu bisnis tidak terlepas dari komunikasi yang baik. Salah satu peran mendasar teknologi informasi adalah untuk memfasilitasi komunikasi antar hubungan. Baik itu perusahaan besar, perusahaan menengah, dll. Kemajuan teknologi informasi telah menjadi bagian dari banyak aktivitas masyarakat.

Dengan adanya teknologi informasi, berbagai layanan disediakan, dan kemudahan diberikan dalam berbagai hal seperti penyebaran informasi. Kemudahan penyebaran informasi tersebut memudahkan pelaku usaha untuk mempromosikan produknya dan cepat dikenal oleh banyak orang bahkan dari berbagai daerah. Selain itu, dengan adanya teknologi informasi semacam ini, biaya promosi dapat ditekan. Sebuah studi mencatat bahwa penggunaan media sosial terbukti menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan penjualan melalui pengembangan produk dan peningkatan komunikasi dengan konsumen, dan pengembangan jaringan pasar yang lebih luas. (Siti Mardiana, 2022: 1)

Salah satu kasus yang belakangan ini terjadi adalah label Halal pada setiap produk. Sebagai negara yang mayoritas beragama Islam, tentunya sangat memprihatinkan hal ini, dan ada juga yang melakukan aktivitas penipuan demi meraih keuntungan yang lebih besar. Dalam hal ini, teknologi informasi berperan penting, kita dapat dengan mudah menemukan informasi terkait halal daripada produk dengan menggunakan teknologi yang ada. Dengan adanya kasus seperti ini, maka akan mendorong para pelaku komersial untuk mengembangkan bisnis halal.

Bisnis halal yang dimaksud adalah bisnis yang dijalankan berdasarkan prinsip hukum syariah yang baik dan benar. Mulai dari bahan yang digunakan, hingga proses pembuatannya di tangan konsumen. Pada dasarnya menjalankan bisnis halal itu mudah karena makanan halal itu pasti enak, bersih dan tentunya sehat. Mengonsumsi atau menggunakan hal-hal yang halal untuk menuai keuntungan dan menghindari kejahatan. Ada banyak sektor yang saat ini mendukung gaya hidup Halal. Baik itu jasa keuangan, pariwisata, catering, sandang, kosmetik, dll, semuanya berdasarkan prinsip Islam, yaitu halal. Kehadiran teknologi informasi tentunya sangat mendukung para pelaku bisnis berbasis syariah ini untuk meluncurkan produk dengan ukuran dan cakupan pasar yang lebih luas. (Miftakhul Khasanah, 2020: 138).

Namun, disamping berbagai dampak positif perkembangan teknologi informasi, tidak sedikit juga dampak negative yang ditimbulkan. Tentunya dampak negative ini dipicu oleh ketidak cerdasan para pengguna dalam memanfaatkan teknologi informasi. Akan tetapi, melihat fenomena yang terjadi banyak dari pengguna teknologi merupakan orang-orang yang mudah termakan atau terprovokasi oleh berita-berita hoax sehingga mereka menjadi mudah terslut emosi. Teknologi yang harusnya membuat kita menjadi manusia-manusia cerdas malah merugikan diri sendiri. (Kayla Mubara, 2017: 84)

Selain itu, dampak negatif yang juga ditimbulkan oleh penggunaan TI belakangan ini yaitu *cybercrime* yang memanfaatkan kelemahan system computer untuk keuntungan diri sendiri dengan cara merugikan orang lain. Ini merupakan tindak kejahatan yang cukup fatal dalam penggunaan teknologi informasi. Lagi-lagi mereka yang melakukan kejahatan ini adalah mereka yang kurang cermat dalam memanfaatkan teknologi ke hal-hal yang positif seperti memanfaatkannya dalam dunia bisnis halal. (M. Maryono dan B. Patmi Istiana, 2008: 41)

Pelaku bisnis harus memahami bagaimana pentingnya teknologi dalam mendukung perkembangan sebuah usaha. Dilihat dari fenomena saat ini bahwa dengan perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesatnya saat ini mampu memberikan pengaruh positif yang signifikan dalam mendukung perkembangan bisnis syariah. Peran teknologi sebagai media penyebaran informasi yang cepat menjadi salah satu yang sangat dibutuhkan dalam bisnis untuk kepentingan promosi. Untuk itu kemajuan TI, harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk kemajuan usaha khususnya bisnis halal.

METODE

Metodologi penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan adalah pencarian bahan penelitian dengan menggunakan sumber pustaka (Ulum, M. ., & Mun'im, A. . 2023). Penelitian perpustakaan membatasi kegiatannya pada literatur dalam koleksi perpustakaan dan tidak memerlukan penelitian lapangan. Riset kepustakaan, juga sering disebut dengan *library research*, adalah kajian terhadap hasil riset sebelumnya dokumentasi berupa buku, catatan atau laporan. Penelitian literatur merupakan langkah penting untuk seorang peneliti dalam melakukan penelitian yang terkait dengan teori dan topik penelitian setelah menentukan topik yang akan diteliti. Untuk mengembangkan teori, peneliti mengumpulkan sejumlah informasi yang komprehensif dari literatur yang bersangkutan. (Mestika Zed, 2008: 1)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (TI) terdiri dari dua kata yang berbeda, "teknologi" dan "informasi", masing-masing dengan arti yang berbeda. Namun, di masa sekarang, TI telah menjadi entitas tunggal dengan makna tertentu. Namun demikian, teknologi selalu dikaitkan dengan alat yang membuat pekerjaan kita lebih efisien dan lebih cepat. Alat-alat ini dapat berupa perangkat lunak atau perangkat keras, dan merupakan bagian integral dari TI. Teknologi yang digunakan dalam TI terdiri dari telekomunikasi, teknologi computer dan teknologi lainnya yang dapat memberikan nilai lebih bagi sebuah organisasi. Sedangkan informasi ialah kumpulan berbagai data yang telah diubah menjadi sedemikian rupa menjadi bentuk tertentu yang berguna bagi penerimanya dan membantu pengambilan keputusan saat ini atau masa depan.

Lebih lanjut, Istilah "teknologi informasi" mencakup berbagai alat yang membantu dalam pemrosesan dan pelaksanaan tugas yang berkaitan dengan manipulasi informasi. Ini tidak terbatas hanya pada teknologi komputer untuk penyimpanan dan pengambilan data, tetapi juga mencakup teknologi komunikasi untuk transmisi informasi. Semua teknologi yang digunakan untuk berbagai keperluan termasuk dalam payung teknologi informasi. Proses ini melibatkan menghasilkan, menyimpan, mengubah, dan memanfaatkan berbagai jenis data. Istilah "teknologi informasi" mencakup setiap teknologi yang memungkinkan penciptaan, manipulasi, komunikasi, dan pengiriman informasi. Ini adalah gabungan dari teknologi komputer, yang bertanggung jawab untuk memproses dan menyimpan data, dan teknologi komunikasi, yang memungkinkan transfer informasi dari satu entitas ke entitas lainnya. (M. Suyanto, 2005: 10)

Sektor bisnis, bersama dengan setiap aspek kehidupan lainnya, telah sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Jika tidak ada teknologi informasi yang mumpuni, mungkin tidak akan ada perkembangan seperti sekarang ini. Bidang teknologi informasi merupakan disiplin ilmu tentang desain, pengelolaan, dukungan, dan pengembangan sistem informasi berbasis komputer, khususnya yang terkait dengan aplikasi perangkat keras dan perangkat lunak.

Istilah teknologi informasi mencakup berbagai alat teknologi yang memungkinkan manusia untuk memodifikasi, menghasilkan, mengarsipkan, mengirimkan, dan mendistribusikan informasi penting. Ciri-ciri teknologi informasi adalah memproses, mengolah, menyusun, memperoleh, menyimpan, dan mengubah semua data melalui berbagai upaya untuk mendapatkan informasi yang berguna dan berkualitas tinggi.

Peran Teknologi Informasi

Pengusaha secara ekstensif memanfaatkan teknologi informasi dalam operasi mereka. Tuntutan akan waktu dan biaya yang efektif memaksa setiap entitas bisnis untuk memasukkan teknologi informasi ke dalam lingkungan kerjanya. Selain itu, integrasi teknologi informasi dapat menyebabkan perubahan rutinitas kerja. Misalnya, menerapkan perencanaan sumber daya perusahaan (ERP). Di dalam sebuah perusahaan, terdapat aplikasi perangkat lunak yang dikenal sebagai ERP yang mencakup sistem manajemen. Manfaatkan Microsoft Access untuk membangun aplikasi yang sejalan dengan tujuan organisasi Anda untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi. Berikut ini adalah beberapa peran dasar teknologi informasi dalam perusahaan. (Jenner Simarmata, 2020: 5-6)

1. Akan ada struktur organisasi yang lebih ramping pada fungsi operasional yang sudah sering memainkan peran penting dalam memastikan keberhasilan implementasi dan pemanfaatan sistem teknologi Ketika teknologi terus maju dan menyusup ke berbagai aspek kehidupan sehari-hari, jelas bahwa teknologi informasi akan terus menjadi kekuatan yang menonjol di masyarakat kita. Oleh karena itu, integrasi departemen TI ke dalam bisnis dan organisasi akan sangat penting bagi kesuksesan perusahaan secara keseluruhan. Dengan munculnya otomatisasi dan kecerdasan buatan, sangat penting bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam infrastruktur TI mereka agar tetap kompetitif di pasar.
2. Fungsi pengawasan dan pengendalian mengimplikasikan kehadiran teknologi informasi menjadi bagian integral dari aktivitas level manajemen yang melekat di tiap fungsi manajerial, mencakup unit-unit yang terkait dengannya mengharuskan struktur organisasinya mampu mengakomodir pengendalian atau mampu berinteraksi secara efektif dengan manajer dari hubungan rekan perusahaan yang relevan
3. Teknologi informasi memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan strategis suatu perusahaan dengan menyediakan rencana bisnis perusahaan dan informasi yang relevan kepada para pengambil keputusan, sehingga memengaruhi keputusan organisasi sehari-hari.
4. Menjadi semakin penting, fungsi komunikasi merupakan aspek penting dari infrastruktur perusahaan mana pun. Di era perkembangan organisasi saat ini, di mana teknologi digunakan sebagai alat bagi perusahaan untuk berkomunikasi, berkolaborasi, dan berinteraksi, teknologi informasi memegang posisi yang sangat penting.

Dengan demikian fungsi dan peran multifaset yang disediakan Teknologi Informasi (TI) untuk perusahaan dapat disimpulkan dari bukti yang tersedia. Fungsi teknologi informasi ialah untuk memperoleh, mengelola, menghasilkan, menyimpan, dan mengambil data. Peran teknologi informasi adalah fungsi operasi, fungsi pemantauan, fungsi perencanaan dan pengambilan keputusan dan fungsi komunikasi. (Jenner Simarmata, 2020)

Bisnis Syariah

Istilah "bisnis" secara umum didefinisikan sebagai tindakan yang diambil oleh individu untuk menghasilkan pendapatan atau memenuhi kebutuhan dan keinginan finansial mereka melalui pengelolaan sumber daya ekonomi yang efisien. Asal kata "bisnis" dapat ditelusuri kembali ke bahasa Inggris Kuno, yang berasal dari kata "sibuk". Ini merujuk pada sibuk dengan kegiatan dan pekerjaan yang menguntungkan.

Al-Qur'an membahas bisnis dengan menggunakan berbagai istilah seperti *tijarah*, *al-bay'*, *isyara*, dan *tadayantum*. Namun, penting untuk dicatat bahwa bisnis tidak hanya dilihat sebagai pengejaran materi tetapi juga immateriil. Sebagai pengusaha Muslim, sangat penting untuk menjaga profesionalisme dengan tetap berpegang pada perintah Allah. Al-Qur'an memberikan konsep *tijarah* dan *tabura*, yang menawarkan keuntungan bursa efek tanpa ada kerugian. Bisnis berbasis syariah melibatkan melakukan kegiatan bisnis sesuai dengan hukum agama Islam, yang mencakup perbedaan antara halal dan haram dalam semua perolehan dan penggunaan aset. (Akhmad Nur Zaroni, 2007)

Dalam bisnis Islami, seseorang harus selalu mengingat dan berserah diri kepada Allah SWT hasil dari segala usaha yang dilakukan. Taat kepada Allah dan anggaplah bekerja sebagai ibadah, maka manusia akan selalu bekerja dengan ikhlas. Inilah tauhid uluhiyyah (menyatukan ibadah kepada Allah, tujuannya agar manusia mengetahui bahwa hanya Allah yang harus disembah oleh semua orang). Kepatuhan terhadap empat prinsip dasar ekonomi Islam - monoteisme, keseimbangan/kemakmuran, kehendak bebas, dan tanggung jawab - sangat penting dalam bisnis syariah. Tauhid menuntun manusia untuk mengakui bahwa Allah adalah Tuhan dunia. Untuk memastikan kepatuhan terhadap aturan Allah SWT, semua kegiatan, terutama yang berkaitan dengan muamalah dan bisnis, harus dilakukan sesuai.

Kesejahteraan, keadilan dan keseimbangan konsep tersebut menunjukkan adanya keadilan sosial. Ajaran Islam bertujuan untuk menumbuhkan rasa keseimbangan dan keadilan dalam diri individu terhadap diri sendiri, orang lain, dan lingkungan, dengan tujuan akhir mengembangkan perspektif yang komprehensif dan berkeadilan. Tanggung jawab yang terkait dengan aktivitas Tuhan dan masyarakat manusia terkait erat dengan tanggung jawab manusiawi kita sendiri dalam segala hal yang kita lakukan. Kebebasan manusia untuk berbisnis tidak lepas dari tanggung jawab yang harus dijalankan sesuai dengan ketentuan al-Qur'an bahwa setiap orang bertanggung jawab atas segala aktivitasnya.

Tujuan laba keuntungan materiil dan immateriil artinya usaha bukan hanya bertujuan mencari keuntungan (nilai material). Selain mengamankan keuntungan materi, sama pentingnya untuk memperoleh dan menawarkan keuntungan non-materi (*profit and benefit*) bagi organisasi intern

perusahaan maupun eksternal (lingkungan). seperti menciptakan kepedulian sosial, suasana persaudaraan, dll. Selain untung dan untung, bisnis syariah memiliki arah pertumbuhan, kelangsungan dan keberkahan. Artinya, perusahaan harus berusaha untuk tetap tumbuh agar tetap tumbuh dengan tetap berada dalam batas-batas Islam dan menahan diri dari membenarkan metode apapun, mereka mampu mempertahankan integritas mereka. Apa yang telah dicapai harus terus dipertahankan agar perusahaan dapat bertahan dalam jangka panjang. Pada akhirnya, prestasinya juga harus membawa berkah. Artinya, bisnis syariah menempatkan keberkahan pada tujuan utamanya. Karena itu adalah bentuk yang menerima semua aktivitas. (Melina Setijawibawa, 2015)

Dalam sebuah penelitian dikatakan bahwa, modal utama dalam bisnis bukanlah uang. Dalam dunia bisnis, kepercayaan adalah aset paling berharga yang bisa dimiliki seseorang. Dalam perdagangan Islam, semua bentuk perdagangan diperbolehkan selama tidak membatasi kepemilikan barang atau jasa, termasuk keuntungannya. Keterbatasan perdagangan Islam hanya dalam cara perolehan dan pemanfaatan barang atau jasa, tetapi tidak dalam kuantitasnya (menurut hukum Islam). (Nuriawati, 2021: 50)

Pemanfaatan Media Sosial dalam Bisnis Syariah

Media sosial adalah jenis platform online yang memungkinkan partisipasi pengguna yang mudah, pembuatan konten, dan berbagi konten. Ini mencakup berbagai jenis media, seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Di antaranya, blogging dan jejaring sosial adalah bentuk media sosial yang paling sering digunakan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Kehadiran media sosial akan memberikan efek yang begitu besar bagi perkembangan bisnis-bisnis baru yang mudah dan cepat teridentifikasi, dan yang lebih baru lagi bisnis Islami dengan berkembangnya media sosial karena berfungsi sebagai pangsa pasar. (Nuriawati, 2021: 47)

Tujuan dari media sosial online adalah untuk memungkinkan terjadinya interaksi sosial yang interaktif dengan menggunakan teknologi berbasis internet, yang telah mengubah modus penyebaran informasi dari media penyiaran monolog (one-to-many audience) menjadi dialog media sosial (many audience to many audience). Media sosial online di dunia maya sangat beragam dalam hal jenis dan komposisinya. Ini termasuk jejaring sosial seperti Facebook, LinkedIn, dan Friendster, platform microblogging seperti Twitter, Plurk, dan KoproL, jaringan berbagi foto dan video YouTube, ruang obrolan, milis, dan forum tunggu.

Sosial media juga mampu memberikan kemudahan pelaku pasar untuk melakukan berkomunikasi. Pemasaran adalah alat yang memungkinkan pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan produsen, konsumen, dan pelanggan potensial lainnya. Platform media sosial menyediakan merek yang dipasarkan dengan identitas dan menyebarkan pesan dengan cara yang sederhana dan

interaktif. Pemasaran media sosial adalah bentuk periklanan langsung atau tidak langsung yang bertujuan untuk mempromosikan kesadaran dan memprovokasi tindakan untuk berbagai entitas seperti individu, bisnis, dan merek. Alat jejaring sosial seperti blog, tweet, bookmark sosial, konten, dan jejaring sosial digunakan dalam jenis pemasaran ini. TI terkhusus internet memberikan pengaruh yang signifikan pada bidang pemasaran, bahkan penggunaan internet bagi proses pemasaran dianggap sebagai trend setter. Karena penggunaan internet terus meningkat, popularitas pemasaran online juga akan meningkat, mengingat korelasi langsung antara keduanya. Hal ini tentunya berdampak baik bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan usahanya karena tidak lagi sulit untuk mendapatkan promosi melalui media sosial. Yang perlu dilakukan adalah konsistensi dalam menjalankan usaha dan memajukan usaha. (Nuriawati, 2021: 46)

Perkembangan teknologi informasi menjadi kabar baik bagi para pelaku bisnis syariah. Hal ini dikarenakan peran teknologi informasi sangat penting bagi perkembangan bisnis syariah di bisnis tradisional. Perkembangan bisnis syariah telah merambah ke berbagai industri, mulai dari perbankan, pariwisata, memasak hingga produk jasa. Fungsi penting dari media sosial terletak pada memungkinkan identifikasi produk Islami dengan cepat, membuatnya tidak dapat dipisahkan dari proses ini. Fungsi dan peran teknologi informasi sebagai komunikasi pemasaran dapat membangun loyalitas konsumen, membentuk citra perusahaan, dan sangat mendukung perkembangan bisnis syariah.

Perlunya Teknologi Informasi dalam Bisnis Syariah

Era industri yang terjadi saat ini membuat TI, internet dan komputer berkembang begitu signifikan. Hampir semua aktivitas keseharian bisa dikerjakan secara digital, mulai dari proses interaksi manusia selama pengajaran online, menggunakan transfer bank elektronik, kegiatan dan layanan komersial termasuk jual beli dimungkinkan juga untuk melakukan tugas ini secara digital dengan menggunakan ponsel yang terkoneksi ke internet. Munculnya bisnis online atau e-commerce dapat dikaitkan dengan kemajuan teknologi informasi, komputer, dan aplikasi internet di ranah korporasi. Hal ini memungkinkan kami untuk melakukan berbagai transaksi bisnis, termasuk jual beli produk, berbagi informasi, serta meminta layanan seperti naik ojek atau taksi, melalui jaringan internet. (Fadhil Muntashir Jihad, 2022: 5)

Kita memiliki akses untuk proses jual beli dapat dimulai dari jumlah yang kecil dan terus berlanjut hingga nilai yang tidak terbatas, termasuk saham atau surat berharga yang bisa kita akses secara digital. Munculnya teknologi seluler, meluasnya ketersediaan akses internet tanpa batas, dan munculnya teknologi cloud semuanya berkontribusi pada kemajuan yang signifikan di dunia digital, terlihat bahwa perkembangan teknologi digital bermanfaat dalam ekonomi digital. Perkembangan

teknologi ini merupakan hasil Kombinasi kreativitas manusia dan inovasi yang ditujukan untuk memudahkan kegiatan sehari-hari. Selain itu, Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak memiliki peluang yang sangat besar untuk memajukan ekonomi digital dan menerapkan digitalisasi dalam proses bisnis. Selain itu, berbagai aktivitas bisnis tradisional saat ini telah bergeser ke bentuk digital atau digitalisasi untuk mendorong berkembangnya bisnis syariah sehingga mampu bersaing dengan bisnis tradisional. Kita harus beradaptasi dengan situasi ini, dengan proses digitalisasi bisnis syariah menjadi salah satu cara untuk mewujudkannya. Transformasi digital bisnis di Indonesia akan membawa keuntungan yang signifikan bagi pertumbuhan dan perkembangan perusahaan berbasis syariah. Ada beberapa jenis akad yang harus diperhatikan dalam berbisnis online sesuai prinsip syariah seperti akad jual tunai, akad salam (berlangganan), akad tijarah, jual beli saham, beli valas, jual beli strata (multilevel marketing). Untuk menjalankan usaha sesuai syariah, kita harus mengikuti apa yang dicontohkan Nabi, dari individualitas dan sikap seseorang hingga standar etika mereka di dunia korporat, semuanya dimulai dengan fondasi yang kuat. Setelah menikah dengan Khadijah, Muhammad tetap sibuk berdagang hingga mendapat wahyu untuk menjadi nabi.

Rasulullah adalah orang yang pandai bergaul dengan orang dan memiliki kebijaksanaan yang agung. Selain itu, karena kejujurannya, ia selalu memastikan bahwa ia tidak menjual produk di atas harga pasar dan memberikan informasi detail mengenai spesifikasi dan kondisi barang, termasuk cacat yang mungkin ada. Sejalan dengan itu, Wakil Presiden Ma'ruf Amin juga menyebutkan bahwa hal tersebut terkait dengan digitalisasi ekonomi Islam telah diusulkan sebagai solusi yang layak, mengingat signifikansinya. Upaya sedang dilakukan untuk mengatasi penurunan penjualan produk industri Halal, merampingkan peninjauan online aplikasi sertifikat Halal, dan meningkatkan keuangan Sosial Islam, dengan fokus khusus pada pembayaran zakat, infaq, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) online masyarakat. (Fadhil Muntashir Jihad, 2022: 6)

Teknologi Informasi dalam Mendukung Bisnis Halal

Teknologi informasi membantu dan memudahkan manusia dalam melakukan berbagai aktivitas. Baru-baru ini, ada sorotan yang menonjol, dan itu adalah isu kosmetik halal. Konsumen sering mengevaluasi apakah keandalan berita yang disampaikan oleh orang lain bisa ditentukan dengan menilai seberapa dapat dipercaya sumber itu. Komunikasi media sosial dapat memengaruhi persepsi merek secara keseluruhan. Selain itu, rangsangan komunikasi berdampak positif bagi konsumen, sehingga persepsi komunikasi akan berpengaruh positif terhadap persepsi seseorang terhadap suatu merek. (Yulfan A. Nurohman dan Rina Sari Qurniawati, 2017: 31)

Kemudian, informasi yang share di sosial media juga dapat memberikan dampak yang membantu menyebarkan promosi ke publik yang lebih luas. Oleh karena itu, manajer perusahaan harus melibatkan dan memotivasi konsumen secara aktif dengan membuat konten yang menunjukkan dukungan mereka terhadap merek dan produk mereka. Salah satu metode yang efektif adalah mensponsori komunitas online di platform media sosial yang signifikan, sehingga memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan dengan konsumen lain.

Orang-orang dengan pembagian kepentingan bersama dapat mendorong pertukaran detail produk dan pengalaman individu, yang dapat meningkatkan keinginan untuk membeli barang halal. Situs jejaring sosial yang digunakan oleh bisnis harus memfasilitasi jenis pertukaran informasi ini sekaligus memungkinkan konsumen untuk terlibat dalam pengalaman yang menyenangkan dan interaktif satu sama lain. Selain berbagi informasi tentang produk dan layanan, platform ini harus menciptakan lingkungan sosial yang mendorong partisipasi.

Secara luas disepakati bahwa komunikasi antara pelanggan memainkan peran penting dalam transfer informasi. Munculnya media sosial telah membuat komunikasi ini semakin mudah, memungkinkan interaksi yang mulus antara konsumen. Perusahaan akan dapat memanfaatkan platform media sosial dengan lebih baik untuk menyampaikan informasi kepada kelompok konsumen tertentu. Informasi yang berkaitan dengan label halal pada produk kosmetik mereka adalah topik yang dibahas. Dengan penjelasan tersebut, konsumen khususnya muslim akan merasa lebih percaya diri untuk menggunakan produk tersebut. (Yulfan A. Nurohman dan Rina Sari Qurniawati, 2017: 31)

Nilai suatu produk dapat ditunjukkan oleh kekuatan, keunikan, dan profitabilitas asosiasinya di mata konsumen, yang pada gilirannya mencerminkan merek secara positif. Label halal dapat membentuk citra positif di mata konsumen muslim sehingga menimbulkan niat beli. Oleh karena itu, perusahaan harus merangkul tren memasang label halal pada produk mereka dalam meningkatkan ekuitas dan penerimaan merek. Setelah menganalisis deskripsi ini, kesimpulan yang masuk akal dapat dibuat bahwa teknologi informasi memiliki peran positif dan penting dalam bisnis, termasuk bisnis syariah.

Penerapan Teknologi Informasi pada Bisnis Syariah

Kuliner halal

Per Maret 2021, populasi negara ini diperkirakan mencapai 212,35 juta, menjadikannya yang ketiga tertinggi di Asia untuk penggunaan internet, setelah China dan India. Indonesia saat ini sedang mengalami lonjakan bisnis kuliner halal. Industri ini berkembang karena berbagai alasan, termasuk penawaran inovatif oleh pedagang, variasi produk yang beragam, pilihan lokasi yang

strategis, dan karakteristik budaya dan daerah yang melayani pasar halal. Oleh karena itu, untuk mempertahankan eksistensi industri catering halal, pelaku usaha perlu terus melakukan inovasi, seperti melakukan digitalisasi usaha agar melebihi permintaan pasar. Penerapan teknologi digital dalam bisnis telah merevolusi cara perusahaan menangani proses produksi, distribusi, dan pemasaran mereka. Bagi pedagang Halal, ini berarti beralih dari model bisnis tradisional ke model bisnis yang lebih modern dengan menggabungkan strategi pemasaran digital. Pemasaran digital memungkinkan bisnis kuliner Halal bertahan dengan meningkatkan Penjualan di berbagai platform sosial media, termasuk instagram, facebook, dan WhatsApp, serta e-commerce, telah difasilitasi. Dengan hadirnya berbagai media sosial, banyak orang yang memilih menjalankan bisnis masakan rumahan karena memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi produk. (Fita Nurotil Faizah, 2022).

Kosmetik Halal

Pebisnis benar-benar memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk berbisnis. Metode komunikasi dan strategi pemasaran saat ini. Konsumen mengalami banyak perubahan sejak munculnya internet, khususnya media sosial. Sejalan dengan itu, jika melihat realita yang ada sekarang bahwa ragam bisnis telah banyak berkembang mengikuti kebutuhan konsumen, tak terkecuali kosmetik. Berbagai macam merek bermuculan satu persatu, mulai dari alat *make-up*, *skin care*, *body care*, *hair cair* dan sebagainya. Tentunya ajang promosi yang digunakan untuk memperkenalkan produk para pelaku usaha adalah pemanfaatan teknologi informasi.

Menjadi negara dengan populasi Muslim terbesar secara global, menawarkan potensi untuk mengembangkan bisnis halal tentunya dengan memanfaatkan teknologi informasi sebagai media promosi. Menurut hasil penelitian Yulfan A. Nurohman, kehadiran dan pemanfaatan media teknologi informasi berdampak positif terhadap persepsi konsumen terhadap kosmetik halal. Entah itu dari ekuitas merek, sikap terhadap merek atau minat beli masyarakat. Munculnya sosial media akan memudahkan terjalannya komunikasi konsumen yang tidak terbatas. Perusahaan dapat memanfaatkan platform sosial media dengan lebih baik untuk menyampaikan informasi kepada kelompok konsumen tertentu. Informasi yang disajikan terkait label halal pada produk kosmetik yang dihasilkan akan memberikan rasa aman kepada konsumen, khususnya yang beragama Islam, dalam menggunakan produk tersebut. (Yulfan A. Nurohman dan Rina Sari Kurniawati, 2017)

Wisata Halal

Wisata halal adalah kegiatan wisata yang menitikberatkan pada ibadah umat Islam dan ketaatan pada rambu-rambu ajaran Islam. Saat ini, wisata halal menjadi salah satu industri yang ramai diperbincangkan dan menjadi perhatian bagi mereka yang sering berkunjung atau berwisata. Wisata halal semakin dikenal belakangan ini dan menjadi salah satu industri yang disosialisasikan

oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Sandiaga Uno). Hal ini menunjukkan bahwa wisata halal menjadi salah satu trend saat ini.

Tidak diragukan lagi, efek positif dari perkembangan teknologi informasi saat ini sangat menguntungkan industri pariwisata halal. Teknologi informasi dapat membantu dan mempermudah masyarakat yang melakukan perjalanan, termasuk pariwisata. Contoh teknologi informasi yang sering digunakan dalam industri wisata halal adalah pencarian informasi terkait wisata halal tentunya, baik itu berupa informasi lokasi wisata halal_Baik berupa informasi lokasi wisata halal, ketersediaan tempat ibadah, dan lain-lain. Pembuatan teknologi informasi selalu menjadi bagian penting dari industri pariwisata. (Siti Mardiana, 2022)

KESIMPULAN

Perkembangan bisnis Islam sangat bergantung pada teknologi informasi, menyoroti peran penting yang dimainkannya. Hal ini terlihat dari maraknya bisnis berlabel syariah sejak pesatnya perkembangan teknologi informasi. Tuntutan akan informasi yang cepat, tepat, dan terkini adalah akar penyebab berkembangnya teknologi informasi. TI telah menjadi alat yang nyaman untuk kegiatan di semua bidang kehidupan dan Kontribusi substansial telah diberikan untuk merestrukturisasi operasi bisnis pada tingkat fundamental. Teknologi informasi sudah digunakan oleh sebagian orang yang bisa melihat peluang bisnis di teknologi ini. Pesatnya pertumbuhan bisnis online dan offline dapat dikaitkan, sebagian, dengan dampak tidak langsung dan pentingnya teknologi informasi. Oleh karena itu, teknologi informasi berperan penting dalam perkembangan bisnis syariah, dan kemajuan bisnis yang ditimbulkan dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada juga perlahan dapat meningkatkan perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhil Mustashir Jihad, L. N. (2022). Kajian Pengembangan Bisnis Syariah di Era Digitalisasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah, Vol. 2, No. 3.*
- Faizah, F. N. (2022). Eksistensi Bisnis Kuliner Halal Melalui Digital Marketing di Era New Normal. *Serambi: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam, Vol. 4, No.1.*
- Istiana, M. M. (2008). *Teknologi informasi dan komunikasi*. Bogor: Yudhistira.
- Jenner Simarmata, R. d. (2020). *Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Manajemen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Kayla Mubara, d. (2017). *smart mom untuk generasi smart*. yogyakarta : DIVA Press.
- Khasanah, M. (2020). Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi. *Al-Tijary: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 5, No. 2*.
- Kurniawati, Y. A. (2017). Pengaruh Komunikasi Sosial Media Terhadap Konsumen Pada Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Among Makarti, Vol. 10, No. 19*.
- Mardiana, S. (2022). Peran Teknologi Informasi dalam Mendukung Wisata Halal. 1.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nadya, A. Q., Hafidz, A. ridho, Latifa, A., & Fikri, S. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Desa Pondokagung Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, 1(1)*, 1–9. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i1.25>
- Nusfiyah, K., & Al Maghfuri, R. S. . (2023). Leadership and Employee Productivity at The Galatta Lestarindo Fertilizer Company. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 1(1)*, 39–47. <https://doi.org/10.61231/miftah.v1i1.75>
- Nuriawati. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran dalam Bisnis Syariah. *Izzi: Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 1, No. 1*.
- Qurniawati, Y. A. (2017). Pengaruh Komunikasi Media Sosial terhadap Persepsi Konsumen pada Prosuk Kosmetik Halal. *Among Makarti, Vol. 10, No. 19*.
- Setijawibawa, M. (2015). Evaluasi Model Bisnis dan Perusahaan X Menggunakan Business Model Kanvas. *Jurnal Agora, Vol.3, No.1*.
- Suyanto, M. (2005). *Pengantar Teknologi Informasi Untuk Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ulum, M. ., & Mun'im, A. . (2023). Leadership and Performance of Teachers and Employees of SMK Sunan Drajat Lamongan. *Multidisciplinary Journal of Education , Economic and Culture, 1(1)*, 1–12. <https://doi.org/10.61231/mjeec.v1i1.48>
- Ulum, M. (2023). Application of Sharia Principles and Consumer Interest in Sharia Hotels. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 1(1)*, 11–18. <https://doi.org/10.61231/miftah.v1i1.69>
- Widjajakusuma, M. I. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zaroni, A. N. (2007). *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan)*. Mazahib.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.