

Analisis Peran Serta Pemahaman *E-Commerce* Bagi Sumber Daya Manusia Dalam Mengembangkan Perbankan Berbasis Syariah Di Indonesia

Harry Wihartanto Sudewo¹, Sumadi², Agus Marimin³

^{1,2,3}Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

harrywihartantos@gmail.com¹, ahmadsumadi1924@gmail.com²,

agus.marimin@gmail.com³

Abstrak

Memberikan gambaran bahwa terkait dengan perkembangan perbankan syariah diperlukan pemasaran aktif berbasis teknologi informasi yang mumpuni dalam memperkenalkan serta memperluas jaringan produk perbankan syariah di masyarakat Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 11/POJK.03/2022 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Terkait Dengan ini maka *e-commerce* atau dalam kamus bahasa Indonesia berarti *Electronic Commerce* atau *e-commerce* adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet)¹. Meski telepon dan televisi termasuk sebagai sarana elektronik, *e-commerce* kini lebih merujuk ke teknologi digital atau internet. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dari pelaku perekonomian berbasis syariah terutama perbankan syariah dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi yang sesuai dengan prinsip dasar perekonomian syariah itu sendiri. Serta sumber daya manusia yang inovatif serta mengetahui teknologi informasi yang dapat dipergunakan dalam memperkenalkan serta mendapatkan pemasaran aktif terkait dalam produk perbankan berbasis syariah itu sendiri

Kata kunci: *e-commerce, perbankan syariah, teknologi informasi*

Abstract

Provides an illustration that related to the development of sharia banking requires active marketing based on information technology that is capable of introducing and expanding the network of sharia banking products in the community. Regulation of the Financial Services Authority of the Republic of Indonesia Number 11/POJK.03/2022 concerning the Implementation of Information Technology by Commercial Banks. Related to this, *e-commerce* or in the Indonesian dictionary means Electronic Commerce or *e-commerce* is all buying and selling activities or transactions carried out using electronic media (the internet). Even though telephones and television are included as electronic means, *e-commerce* now refers more to digital technology or the internet. This is a challenge in itself for sharia-based economic actors, especially sharia banking, in following developments in information technology that are in accordance with the basic principles of the sharia economy itself. As well as innovative human resources and knowledge of information technology that can be used in introducing and obtaining active marketing related to sharia-based banking products themselves.

Key words: *e-commerce, banking sharia, information technology*

¹ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 11/POJK.03/2022 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum.

Pendahuluan

E-commerce adalah semua kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik. Untuk televisi dan telepon tersedia, tetapi lebih banyak *e-commerce* terjadi melalui Internet. Perkembangan teknologi, khususnya Internet, mempengaruhi banyak bidang kehidupan, termasuk ritel. Perdagangan telah berubah dalam hal proses jual beli dan pemasaran produk. Proses perdagangan ini umumnya dikenal sebagai *electronic commerce* atau singkatnya *e-commerce*.

Apakah yang dimaksud dengan *e-commerce* menurut Laudon & Laudon, Kenneth, 1998, *Management information systems* page 34 - 36. New Jersey : Prentice Hall adalah proses penjualan dan pembelian barang secara elektronik oleh konsumen, yang merupakan transaksi *business-to-business* dengan perantara computer, yakni menggunakan jaringan komputer. Dalam pendapat lain David Baum Baum, David, 1999. *E-Commerce*. New Jersey : oracle corp 1999 kemudian juga mendefinisikan *e-commerce* sebagai seperangkat teknologi dinamis dengan bentuk aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat melalui *e-commerce* dalam pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik³. Sedangkan menurut Ravi Kalakota dan Andrew Whinston *Electronic Commerce 1997* Menurut mereka, *e-commerce* dapat didefinisikan melalui empat perspektif, yaitu Perspektif komunikasi⁴.

Pada perspektif ini, *e-commerce* adalah sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui komputer ataupun peralatan elektronik lainnya. Perspektif proses bisnis. Melalui perspektif ini, *e-commerce* didefinisikan sebagai sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis serta aliran kerja. Perspektif layanan. *E-commerce* dilihat dari perspektif layanan merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman Perspektif online (Prastiwi, et al, 2025). Pada perspektif terakhir, *e-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli serta menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya. Sedangkan Vermaat dan Shelley Cashman pada tahun 2007 mendefinisikan *e-commerce* sebagai salah satu transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet atau dengan kata lain, siapapun yang memiliki jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce*⁵.

Pendapat Jony Wong merupakan seorang penulis buku. Ia menulis buku dengan judul *Internet Marketing for Beginners* di tahun 2013., dimana menurut Jony Wong, *e-commerce* atau perdagangan elektronik merupakan suatu pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik⁶. Sedangkan bentuk *e-commerce* dalam memperkenalkan maupun memasarkan produk perbankan berbasis syariah juga dapat mengacu dari Kotler dan Armstrong, *definition of e-commerce 2004* page 733-734 merupakan penulis buku yang berkulat di bidang pemasaran. Mereka mendefinisikan *e-commerce* atau *electronic commerce* sebagai kanal online yang dapat dijangkau oleh individu melalui komputer, yang dipakai pebisnis dalam kegiatan bisnisnya serta dipakai pelanggan untuk memperoleh informasi dengan memakai komputer di mana di dalam prosesnya dimulai dengan memberi jasa informasi pada pelanggan dalam penentuan pilihan. Pemahaman tentang *e-commerce* ini dapat menyebabkan kesalahpahaman tentang

² Kenneth, L., 1998, *Management Information Systems* page 34 - 36. New Jersey : Prentice Hall

³ David Baum Baum, David, 1999. *Chapter definition of E-Commerce*. New Jersey : Oracle Corp

⁴ Ravi Kalakota dan Andrew, 1997. *Whinston Business Project On Book Of Electronic Commerce*

⁵ Vermaat dan Shelley Cashman, 2007. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Infotek, 2007

⁶ Jony Wong, 2013. *Internet Marketing for Beginners*.

bagaimana sistem *e-commerce* dan pasar. Istilah *e-commerce* digunakan untuk menggambarkan semua transaksi yang menggunakan media elektronik⁷. Sedangkan marketplace sendiri merupakan salah satu model *e-commerce* dan berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Penjual yang berdagang di pasar hanya perlu membeli. Semua aktivitas lain, seperti manajemen situs web, telah diambil alih oleh sebuah platform situs seperti Shopee dan Lazada sebagai dua contoh marketplace.

E-commerce ini menawarkan banyak perubahan terkait proses perdagangan. Jika proses jual beli tradisional membutuhkan pertemuan tatap muka antara pembeli dan penjual, *e-commerce* tidak lagi membutuhkannya. Pembeli dapat berdagang di berbagai kota tanpa pertemuan dan berkomunikasi melalui internet. *E-Commerce* menguntungkan pembeli dan juga penjual. Pembeli lebih hemat biaya dan waktu karena tidak perlu jauh-jauh mencari barang yang dibutuhkan. *E-commerce* sendiri dalam dunia usaha mencakup berbagai aktivitas seperti; penyebaran, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa, transfer dana, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, sistem pengumpulan data otomatis, presentasi elektronik (pembuatan website) untuk produk dan layanan, pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan, otomatisasi akun pelanggan secara aman. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, yang cakupannya lebih luas dan mencakup pengolaborasian mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain-lain. Di Indonesia, *e-commerce* sudah ada sejak tahun 1994, dan saat ini Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia. Melansir dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), bahwa bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah yang mengacu pada syariat Islam, dengan berpedoman utama kepada Alquran dan hadis. Terdapat dua jenis bank syariah, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Perbedaannya, BUS memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sementara BPRS tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Pengertian bank syariah juga dapat dilihat dalam Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan perbankan syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau hukum Islam. Prinsip syariah Islam tersebut meliputi beberapa hal, yakni prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), universalisme (*alamiyah*), serta kemaslahatan (*maslahah*). Tak hanya itu, bank satu ini juga tidak boleh mengandung segala sesuatu yang diharamkan, seperti riba, penipuan, perjudian, dan objek lain sebagaimana diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI)⁸.

Kajian Teori

Perbankan berbasis syariah kami melihat peran sistem perdagangan elektronik tidak banyak digunakan baik dalam memperkenalkan atau menyampaikan kebaikan-kebaikan dalam perekonomian berbasis syariah atau dengan kata lain berdagang yang di berkahi Allah azza waa jalla "*Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?*" Beliau bersabda, "*Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi)*"⁹. (HR. Ahmad 4: 1). Metode analisa kami secara khusus terkait dengan peran *e-commerce* dalam perbankan berbasis syariah yang belum di gunakan secara menyeluruh terutama perbankan berbasis syariah. Panduan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) poin Perbankan Syariah beserta kelembagaannya poin f menyebutkan Mengenali Layanan

⁷ Kotler dan Amstrong, 2004. Definition of e-Commerce. page 733-734

⁸ Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

⁹ Musnat Hadits Imam Ahmad jilid 3 hadits 4:1 "*Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?*" Beliau bersabda, "*Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi)*."

Perbankan Syariah bahwa Perkembangan pesat dari perbankan syariah menuntut layanan prima dari industri perbankan syariah sehingga semakin mudah diakses oleh masyarakat luas. Dimana saja layanan bank syariah dapat ditemukan. Perkembangan perbankan berbasis syariah oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) poin Kebijakan Pengembangan dan roadmap perbankan syariah poin v) Kuantitas dan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memadai serta teknologi informasi (TI) yang belum dapat mendukung pengembangan produk dan layanan. SDM dan TI merupakan dua faktor utama yang menentukan keberhasilan pengembangan produk dan layanan perbankan, serta operasional perbankan secara umum¹⁰.

Data Bank Indonesia serta Otoritas Jasa Keuangan perkembangan Perbankan Syariah sangat pesat dalam tiga tahun terakhir sebagaimana Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) 2024 yang diselenggarakan mulai 30 Oktober sampai dengan 3 November 2024 kembali membuktikan sebagai platform utama ekonomi syariah di Indonesia dan kawasan. Perhelatan syariah tahunan terbesar yang ditutup pada 3 November 2024 berhasil mencatatkan transaksi temu bisnis senilai hampir Rp. 2 triliun yang mencerminkan perkembangan dan potensi ekonomi syariah (eksyar)¹¹. Dapat dipastikan perkembangan ini di sebabkan semakin menarik nya produk perbankan syariah di masyarakat sehingga dapat diterima sebagai bagian dari infrastruktur perekonomian mikro maupun makro. Tentunya menarik atau tidak suatu produk perbankan berbasis syariah Berdasarkan kondisi dan isu strategis yang dihadapi oleh industri perbankan syariah nasional, maka disusunlah visi pengembangan perbankan syariah nasional yaitu "Mewujudkan perbankan syariah yang berkontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, pemerataan pembangunan dan stabilitas sistem keuangan serta berdaya saing tinggi" Visi pengembangan tersebut kemudian dijabarkan dalam bentuk arah kebijakan beserta program kerja dan rencana waktu pelaksanaannya yang terdiri dari tujuh arah kebijakan, yaitu:

1. Memperkuat sinergi kebijakan antara otoritas dengan pemerintah dan stakeholder
2. Memperkuat permodalan dan skala usaha
3. Memperbaiki struktur dana
4. Memperbaiki kualitas layanan dan keragaman produk
5. Memperbaiki kuantitas dan kualitas SDM & TI
6. Meningkatkan literasi dan preferensi masyarakat
7. Memperkuat serta harmonisasi pengaturan dan pengawasan

Penyusunan Roadmap perbankan syariah Indonesia ini beserta program kerja pelaksanaan kegiatan di dalamnya yang akan menjadi referensi para pemangku kepentingan selama lima tahun ke depan, pada akhirnya diharapkan dapat berfungsi sebagai suatu momentum kebangkitan pertumbuhan baru perbankan syariah nasional di tengah adanya perlambatan pertumbuhan selama tahun 2013-2014. Otoritas Jasa Keuangan tetap optimis dalam memandang situasi perekonomian ke depan dan prospek perkembangan jasa keuangan nasional termasuk perbankan syariah, serta berharap Roadmap perbankan syariah Indonesia ini memiliki manfaat bagi perkembangan jasa keuangan maupun berkontribusi lebih signifikan bagi pembangunan perekonomian nasional, serta berharap dengan adanya Roadmap perbankan syariah Indonesia menjadikan perbankan dan keuangan syariah nasional sebagai referensi pengembangan keuangan syariah dunia¹².

¹⁰ Panduan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) poin Perbankan Syariah beserta kelembagaannya poin f, tahun 2017 serta Panduan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) poin Kebijakan Pengembangan dan roadmap perbankan syariah poin V, tahun 2017

¹¹ Otoritas Jasa Keuangan. 2024. Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) 30 Oktober sampai dengan 3 November 2024.

¹² Otoritas Jasa Keuangan. 2024. Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) 30 Oktober sampai dengan 3 November 2024.

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah kualitatif dengan jenis penelitian menggunakan penelitian pustaka (*library research*). Penelitian bersumber pada data-data kepustakaan, menganalisis peran serta pemahaman *e-commerce* bagi sumber daya manusia dalam mengembangkan perbankan berbasis syariah di Indonesia, serta buku-buku, jurnal, maupun karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan fokus penelitian. Pendekatan penelitian adalah kualitatif karena berdasarkan dari kejadian yang terjadi di masyarakat. Jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik kepustakaan, dimana peneliti mengumpulkan data dan informasi dari buku-buku ataupun sumber kepustakaan lainnya. Buku-buku atau referensi yang digunakan harus sesuai dengan fokus penelitian, kemudian peneliti membaca sumber referensi yang digunakan tentang peran serta pemahaman *e-commerce*. Metode pengolahan data penelitian ini yaitu metode induksi, deduksi dan metode komparatif

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Berdasarkan analisa serta melihat kebijakan serta informasi dari otoritas perbankan di Indonesia maka dalam Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia memuat visi, misi dan sasaran pengembangan perbankan syariah serta sekumpulan inisiatif strategis dengan prioritas yang jelas untuk menjawab tantangan utama dan mencapai sasaran dalam kurun waktu 10 tahun ke depan, yaitu pencapaian pangsa pasar perbankan syariah yang signifikan melalui pendalaman peran perbankan syariah dalam aktivitas keuangan nasional, regional dan internasional, dalam kondisi mulai terbentuknya integrasi dgn sektor keuangan syariah lainnya¹³. Maka di butuhkan inisiatif strategis dalam mengembangkan perbankan berbasis syariah. Apabila mengacu dalam prinsip Perbankan Syariah yang sebagian melaksanakan korelasi *e-commerce* atau perdagangan elektronik adalah Bank Umum Syariah maka untuk Bank Pembiayaan Rakyat Umum Syariah tidak terlihat atau tidak dapat menggunakan kemudahan maupun fasilitas yang bisa di gunakan dalam system transformasi informasi elektronik serta digital. Data Sumber Daya Manusia (SDM) perbankan syariah meliputi jumlah SDM yang bekerja di berbagai jenis bank syariah seperti Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Data ini penting untuk mengetahui komposisi tenaga kerja dalam industri perbankan syariah. Detail Data SDM Perbankan Syariah, dengan hasil data di akhir 2024 sebagai berikut:

- Bank Umum Syariah (BUS):** Sebagian besar SDM perbankan syariah bekerja di BUS, dengan jumlah mencapai 51.110 orang atau 85,23% dari total SDM.
- Unit Usaha Syariah (UUS):** UUS memiliki jumlah SDM yang lebih sedikit dibandingkan BUS, yaitu 4.487 orang atau 7,48% dari total SDM.
- Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS):** BPRS juga memiliki jumlah SDM yang cukup signifikan, yaitu 4.372 orang atau 7,29% dari total SDM.

Manajemen SDM Berbasis Syariah menekankan pada penerapan nilai-nilai syariah dalam semua aktivitas SDM, baik terkait muamalah (urusan dunia) maupun ibadah. Manajemen SDM syariah bertujuan untuk menciptakan SDM yang kompeten, berintegritas, dan memiliki semangat keislaman yang tinggi. Sehingga menimbulkan serta meningkatkan kepercayaan di masyarakat khususnya kaum muslim dan muslimah untuk menggunakan produk perbankan berbasis syariah. Disamping *aman*, *hallalan toyibbah* serta menjadikan muamallah di masyarakat islam khususnya.

¹³ Otoritas Jasa Keuangan. 2024. Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) 30 Oktober sampai dengan 3 November 2024.

Sedangkan dalam hal kinerja Perbankan berbasis syariah pada akhir tahun 2024 adalah sebagai berikut:

- a. Total Aset Perbankan Syariah
Total aset perbankan syariah nasional pada akhir 2024 tercatat sebesar Rp. 980,30 triliun.
- b. Market Share
Market share perbankan syariah meningkat menjadi 7,72% pada Desember 2024.
- c. Jumlah Bank Syariah
Menurut data OJK, terdapat 14 BUS, 20 UUS, dan 164 BPRS di Indonesia (data 2019).

Dalam hal ini kinerja Perbankan Syariah menunjukkan pertumbuhan yang positif, baik dari sisi aset maupun market share. Kinerja keuangan perbankan syariah dapat diukur melalui berbagai rasio keuangan yang menunjukkan kondisi keuangan bank syariah selama periode tertentu. Peran SDM dalam Perbankan Syariah merupakan motor penggerak dan aset utama bagi keberhasilan sebuah bank. SDM yang kompeten dan berintegritas sangat penting untuk mencapai tujuan strategis bank dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Sebagaimana kita ketahui Bank Pembiayaan Rakyat Umum Syariah memiliki jaringan calon nasabah yang cukup banyak dan sebagai negara terbesar yang warga negara nya beragama Islam belum mengenal maupun mengerti tujuan mulia dari pendirian perbankan berbasis syariah yang notabene dapat menjadi panduan untuk masyarakat Islam dalam melakukan perdagangan maupun melaksanakan perekonomian secara syar'i.

Secara implisit berdasarkan hasil pengamatan di laman perbankan syariah baik di tingkat menengah maupun tingkat koperasi syariah maka tidak adanya beberapa hal sebagai berikut;

- a. Tidak adanya laman atau website dari beberapa nama bmt *Baitul Maal wa Tamwil* atau koperasi syariah
- b. Kurangnya informasi secara detail serta informasi produk perbankan syariah untuk masyarakat umum khususnya masyarakat beragama Islam
- c. Tidak menarik serta penggunaan kata-kata destruktif yang membuat produk perbankan syariah tidak menarik
- d. Penguasaan e-commerce dari pelaksana perbankan syariah sehingga terkesan nerimo atau menerima kondisi tersebut
- e. Tidak adanya panduan serta bagaimana melakukan proses e-commerce untuk perbankan berbasis syariah

Kami berupaya merumuskan bahwa penggunaan e-commerce tidak bertentangan dengan prinsip hukum Islam di dalam pelaksanaan operasional perbankan berbasis syariah, dikarenakan e-commerce adalah menggunakan unsur pola pemasaran serta memiliki peran penting dalam perbankan modern, terutama dengan kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan. Bank-bank kini menawarkan berbagai layanan e-commerce untuk mempermudah transaksi, seperti pembayaran online, transfer dana, dan pengelolaan rekening melalui internet atau aplikasi mobile. Layanan ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan nasabah.

Pembahasan

Tolak ukur adalah Sumber Daya Manusia yang melakukan proses maupun menjalankan fungsi perbankan berbasis syariah sebagaimana contoh BMT *Baitul Maal wa Tamwil* Lembaga keuangan syariah yang fokus pada pembiayaan usaha kecil dan menengah sesuai prinsip Islam di tingkat kabupaten atau kecamatan. Dalam perkembangan perbankan berbasis syariah tidak semua menggunakan peran e-commerce dalam operasional maupun memperkenalkan produk-produk yang ditawarkan. Dalam hal ini kami

melihat hal ini diakibatkan oleh beberapa hal baik dari kualitas Sumber Daya Manusia yang kurang maksimal dalam menguasai *e-commerce* baik dalam memperkenalkan produk maupun perbankan berbasis syariah kepada masyarakat. Sebagaimana contoh produk perbankan syariah seperti *musyarakah* atau *mudharabbah* sehingga banyak masyarakat Islam khusus nya ragu-ragu dalam menggunakan atau menginvestasikan uang nya dalam perbankan berbasis syariah.

Terkait dengan hal ini diperlukan alat atau tools yang tepat serta proses pembelajaran dari stake holder yang terkait dalam bidang *e-commerce* baik berupa payung hukum serta bentukan baku yang bisa serta tidak diperlukan prinsip utama dalam sistem perbankan syariah, dalam kata lain adalah memperkenalkan serta mengajaka masyarakat Islam pada khusus nya untuk memilih produk perbankan berbasis syariah.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Hasil penelitian tentang analisis pran serta pemahaman *e-commerce* bagi sumber daya manusia dalam mengembangkan perbankan berbasis Syariah di Indonesia dapat disimpulkan bahwa adanya misinterpretasi atau salah dalam menilai bahwa proses *e-commerce* adalah sesuatu yang tidak sesuai dengan kaidah Islam itu sendiri sehingga tujuan memasyarakat kan perbankan maupun perekonomian berbasis syariah tidak dapat terlaksana. Selanjutnya dari pihak otoritas jasa keuangan sendiri tidak berkompeten untuk melakukan proses pembelajaran atau pemberian alat atau tools yang dapat digunakan oleh pelaku usaha perbankan berbasis syariah itu sendiri. Maka secara eksplisit maka pihak pendidikan berkompeten melakukan proses pembelajaran serta pemberian materi untuk lebih memperkenalkan apa serta bagaimana *e-commerce* itu sendiri sehingga produk perbankan berbasis syariah dapat dikenal serta menjadi produk perbankan yang menarik untuk investasi maupun bermuamallah dalam syariah Islamiah. Sebagaimana contoh *e-commerce* di perbankan meliputi layanan perbankan online seperti internet banking, mobile banking, dan pembayaran *e-commerce* melalui berbagai metode seperti kartu debit, kartu kredit, virtual account, dan e-wallet.

Dari beberapa faktor diatas dalam hal ini kami berkesimpulan sebagai berikut:

- Kebijakan pemilik saham serta manajemen dalam memberikan kebijakan terkait program aplikasi *e-commerce* yang dapat disesuaikan dengan kondisi perusahaan itu sendiri
- Diperlukan ketrampilan sumber daya manusia yang menguasai aplikasi *e-commerce* yang akan digunakan dalam operasional perbankan berbasis syariah tersebut
- Memiliki divisi di perusahaan dalam struktur perbankan berbasis syariah sehingga dapat mengaplikasikan serta memantau hasil produk perbankan berbasis syariah
- Adanya staff yang memiliki latar belakang informasi teknologi serta mengadaptasikan *e-commerce* dalam operasional perbankan tersebut
- Update serta melihat kondisi pasar perbankan di masyarakat Islam yang menjadi acuan produk perbankan syariah yang akan di tampilkan dan atau di perkenalkan kepada masyarakat

E-commerce adalah sebagai alat dalam memperkenalkan serta mengembangkan perbankan berbasis syariah baik dalam hal memperkenalkan produk serta memberikan informasi yang menarik masyarakat untuk menjadi nasabah serta mempercayai bahwa perbankan berbasis syariah adalah kebaikan serta menjadi pilihan yang aman dan bermuamallah dikarenakan mengikuti dari pada syariah Islamiyah.

Referensi

- Baum, David, 1999. *Chapter definition of E-Commerce*. New Jersey : Oracle Corp.
- Jony Wong, 2013. *Internet Marketing for Beginners*.
- Kotler and Amstrong, 2009. *Definition Of E-Commerce* page 733-734.
- Kotler dan Amstrong, 2004. *Definition of e-Commerce*. page 733-734
- Laudon, Kenneth, 1998. *Management Information Systems* page 34 - 36. New Jersey : Prentice Hall)
- Musnat Hadits Imam Ahmad jilid 3 hadits 4:1 “Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi).”
- Otoritas Jasa Keuangan. 2024. Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) 30 Oktober sampai dengan 3 November 2024.
- Panduan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) poin Perbankan Syariah beserta kelembagaannya poin f, tahun 2017 serta Panduan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) poin Kebijakan Pengembangan dan roadmap perbankan syariah poin V, tahun 2017.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 11/POJK.03/2022
- Prastiwi, I. E., Suprihati, & Supaporn Akkapin. (2025). The Influence Of Digital Payment Technology, Service Speed, And Transaction Security On Online Repurchase Decisions (Case Study In Central Java, Indonesia). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 9(2). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v9i2.18268>
- Ravi Kalakota dan Andrew.1997. *Whinston business project on book of Electronic Commerce*.
- Tentang Penyelenggaraan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum
- Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
- Vermaat and Cashman. 2007. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Infotek.