SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah
Vol. 02 No. 03 (2026), Hal. 36-41

Strategi Pengembangan Bisnis Syariah di Era Globalisasi

Fahri Ikhsan Fauzi
Universitas Siliwangi
2510021110l0@student.unsil.ac.id

Kata Kunci:
Bisnis Syariah, Strategi Pengembangan, Globalisasi, Ekonomi Islam, Inovasi Bisnis.

Abstrak

Perkembangan globalisasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor ekonomi, termasuk bisnis berbasis syariah. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha syariah untuk memiliki strategi pengembangan yang adaptif, inovatif, dan tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan bisnis syariah di era globalisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan mengenai bisnis syariah dan dinamika globalisasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis syariah dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, penguatan nilai-nilai syariah dalam operasional bisnis, serta perluasan jaringan dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Selain itu, inovasi produk dan peningkatan daya saing juga menjadi faktor penting dalam menghadapi tantangan global. Dengan penerapan strategi yang tepat, bisnis syariah diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan serta memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian masyarakat.

Keywords:
Sharia Business, Development Strategy, Globalization, Islamic Economics, Business Innovation.

Abstract

The development of globalization has had a significant impact on various economic sectors, including sharia-based businesses. Increasing competition requires sharia business actors to have adaptive and innovative development strategies while still adhering to Islamic principles. This study aims to analyze strategies that can be implemented in developing sharia businesses in the era of globalization. The method used in this research is a qualitative approach through literature study of various relevant scientific sources related to sharia business and globalization dynamics. The results of the study indicate that sharia business development strategies can be carried out through improving the quality of human resources, utilizing digital technology, strengthening sharia values in business operations, and expanding networks and collaborations with various parties. In addition, product innovation and increased competitiveness are also important factors in facing global challenges. By implementing appropriate strategies, sharia businesses are expected to develop sustainably and contribute positively to the community's economy.

PENDAHULUAN

Globalisasi telah membawa perubahan besar dalam sistem ekonomi dunia, termasuk dalam perkembangan bisnis berbasis syariah. Integrasi pasar global, kemajuan teknologi informasi, serta meningkatnya mobilitas perdagangan internasional menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat. Dalam konteks ini, bisnis syariah tidak hanya dituntut untuk memenuhi prinsip-prinsip syariah, tetapi juga mampu beradaptasi dengan dinamika ekonomi global agar tetap kompetitif dan berkelanjutan. Perkembangan ekonomi syariah yang pesat menunjukkan bahwa sistem ekonomi berbasis nilai-nilai Islam memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan.[1]

Di tengah perkembangan globalisasi, industri halal dan bisnis syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, terutama di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Potensi pasar halal yang besar memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan berbagai produk dan layanan berbasis syariah. Namun demikian, untuk menjadi pemain utama dalam pasar global diperlukan strategi pengembangan yang terintegrasi, seperti penguatan ekosistem halal, peningkatan kualitas produk, serta pemanfaatan teknologi dan inovasi dalam bisnis syariah.[2]

Selain itu, perkembangan teknologi digital juga memberikan pengaruh besar terhadap model bisnis syariah di era globalisasi. Digitalisasi ekonomi memungkinkan pelaku usaha syariah untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan marketplace global. Pemanfaatan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi bisnis, tetapi juga memperkuat branding dan daya saing produk halal di pasar internasional. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan bisnis syariah di era modern.

Namun demikian, pengembangan bisnis syariah di era globalisasi juga menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi keuangan syariah, keterbatasan inovasi produk, serta persaingan dengan bisnis konvensional. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif dalam mengembangkan bisnis syariah, antara lain melalui inovasi produk, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan regulasi, serta kolaborasi dengan berbagai lembaga keuangan dan institusi internasional. Dengan strategi yang tepat, bisnis syariah diharapkan mampu meningkatkan daya saing serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi global yang lebih inklusif dan berkelanjutan.[3]

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami dan menganalisis secara mendalam berbagai konsep, teori, serta strategi yang berkaitan dengan pengembangan bisnis syariah di era globalisasi. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali berbagai informasi dari sumber-sumber ilmiah yang relevan sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi pengembangan bisnis syariah.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder, yaitu data yang

[1] "Integrasi+Etika+Bisnis+Islam+dalam+Ekonomi+Global," n.d.

[2] Sekolah Tinggi dan Agama Islam, "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Menjadi Top Player Global," no. September (2023): 689–708, https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918.

[3] Jurnal Bisnis et al., "Strategi Pengembangan Asuransi Syariah dalam Menghadapi Tantangan Pasar Global ada potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut . Namun , sektor ini harus menghadapi berbagai Data Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia (2018-2022) mencakup kontribu," 2025.

diperoleh dari berbagai literatur seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, serta dokumen yang berkaitan dengan ekonomi Islam, bisnis syariah, dan globalisasi. Jurnal yang digunakan sebagai referensi berasal dari berbagai publikasi ilmiah yang dapat diakses secara daring melalui portal jurnal akademik seperti Google Scholar, portal jurnal perguruan tinggi, serta database jurnal nasional.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, yaitu mengumpulkan berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian, kemudian menelaah, mengidentifikasi, dan mengklasifikasikan informasi yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis syariah. Literatur yang dipilih merupakan sumber yang memiliki kredibilitas akademik dan relevan dengan fokus penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan cara menguraikan, menginterpretasikan, serta menghubungkan berbagai konsep dan teori yang berkaitan dengan pengembangan bisnis syariah di era globalisasi. Hasil analisis tersebut kemudian disajikan secara sistematis untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan bisnis syariah agar mampu bersaing di tingkat global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil kajian dari beberapa jurnal ilmiah, menunjukkan bahwa bisnis syariah memiliki potensi besar untuk berkembang di era globalisasi, terutama di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Pengembangan ekonomi syariah dapat dilakukan melalui berbagai strategi seperti penguatan industri halal, peningkatan literasi keuangan syariah, serta pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, keterlibatan pemerintah dan kerja sama internasional juga menjadi faktor penting dalam memperkuat ekosistem ekonomi syariah secara global.[4]

Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa sektor bisnis syariah seperti asuransi syariah dan keuangan syariah mengalami pertumbuhan yang signifikan, namun masih menghadapi tantangan berupa rendahnya pangsa pasar, kurangnya inovasi produk, serta rendahnya literasi masyarakat terhadap keuangan syariah. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang lebih adaptif dan inovatif agar mampu bersaing dengan sistem konvensional.[5]

Selain itu, digitalisasi menjadi faktor utama dalam mendorong pertumbuhan bisnis syariah. Pemanfaatan fintech syariah, e-commerce halal, serta layanan keuangan digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi layanan dan memperluas akses pasar. Namun, tantangan seperti rendahnya literasi digital, risiko keamanan data, serta regulasi yang belum optimal masih menjadi hambatan dalam implementasinya.[6]

---

[4] Siti Indah et al., "2694-Article Text-10035-1-10-20240401 (1)" 4 (2024).

[5] Nabil Nasywan Ash Shiddiq dan Moh Mukhsin, "Strategi Pengembangan Asuransi Syariah dalam Menghadapi Tantangan Pasar Global ada potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut . Namun , sektor ini harus menghadapi berbagai Data Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia (2018-2022) mencakup kontribu," *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 2, no. 1 (2025): 31–38.

[6] Meril Nawasabila et al., "Digitalisasi Ekonomi Syariah : Peluang dan Strategi Pengembangan dalam Perspektif Islam," *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi* 2, no. 6 (2025): 381–93, https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i6.1831.

Strategi Digitalisasi Bisnis Syariah

Globalisasi mendorong bisnis syariah untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Digitalisasi menjadi strategi utama dalam meningkatkan daya saing bisnis, terutama melalui penggunaan fintech syariah dan e-commerce halal. Teknologi ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar global secara lebih luas dan efisien.

Namun demikian, penerapan digitalisasi harus tetap berlandaskan prinsip syariah seperti kejujuran, transparansi, dan keadilan. Selain itu, diperlukan regulasi yang kuat untuk memastikan bahwa inovasi digital tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam.[7]

Inovasi Produk dan Layanan Syariah

Inovasi produk menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan bisnis syariah di era globalisasi. Produk dan layanan harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat modern tanpa meninggalkan prinsip syariah.

Penelitian menunjukkan bahwa kurangnya inovasi menjadi salah satu penyebab rendahnya daya saing bisnis syariah. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mengembangkan produk yang lebih variatif dan berbasis kebutuhan global agar mampu bersaing di pasar internasional.[8]

Pemasaran Syariah Berbasis Nilai

Pemasaran dalam bisnis syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada nilai-nilai etika Islam seperti kejujuran (shiddiq), amanah, tabligh, dan fathanah. Strategi pemasaran ini mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan menciptakan loyalitas jangka panjang.

Dalam era globalisasi, pemasaran digital menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk halal. Penggunaan media digital dapat memperluas jangkauan pasar serta memperkuat branding bisnis syariah di tingkat global.[9]

Penguatan Etika Bisnis Syariah

Etika bisnis Islam menjadi salah satu keunggulan utama dalam pengembangan bisnis syariah di era globalisasi. Prinsip keadilan, keseimbangan, dan transparansi dalam transaksi mampu menciptakan sistem ekonomi yang lebih berkelanjutan dibandingkan sistem konvensional.

Namun, tantangan dalam implementasinya meliputi perbedaan regulasi antar negara serta dominasi sistem ekonomi kapitalis. Oleh karena itu, diperlukan harmonisasi regulasi dan penguatan sistem keuangan syariah agar dapat bersaing secara global.[10]

Peran Lembaga Keuangan dan Industri Halal

Lembaga keuangan syariah memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan bisnis syariah, terutama melalui pembiayaan sektor industri halal seperti UMKM dan pariwisata halal.

Kolaborasi antara perbankan syariah dan sektor industri halal dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta memperluas pasar produk syariah. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antar sektor menjadi strategi penting dalam pengembangan ekonomi syariah di era

[7] Meril Nawasabila et al.
[8] Bisnis et al., "Strategi Pengembangan Asuransi Syariah dalam Menghadapi Tantangan Pasar Global ada potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut . Namun , sektor ini harus menghadapi berbagai Data Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia (2018-2022) mencakup kontribu."
[9] Universitas Prof Hamka, Universitas Terbuka, dan Stai Minhaajurroosyidiin, "Journal of Islamic Studies" 3, no. 1 (2025): 49–58.
[10] "Integrasi+Etika+Bisnis+Islam+dalam+Ekonomi+Global."

globalisasi.[11]

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengembangan bisnis syariah di era globalisasi, dapat disimpulkan bahwa bisnis syariah memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang secara global, terutama dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal dan sistem ekonomi berbasis syariah. Namun, dalam perkembangannya bisnis syariah masih menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya literasi keuangan syariah, keterbatasan inovasi produk, serta persaingan yang ketat dengan sistem konvensional.

Strategi utama yang dapat dilakukan dalam pengembangan bisnis syariah di era globalisasi meliputi pemanfaatan teknologi digital (digitalisasi), inovasi produk dan layanan, penerapan pemasaran berbasis nilai-nilai syariah, serta penguatan etika bisnis Islam. Selain itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia dan dukungan regulasi dari pemerintah juga menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan bisnis syariah.

Dengan penerapan strategi yang tepat dan komprehensif, bisnis syariah tidak hanya mampu bertahan di tengah arus globalisasi, tetapi juga dapat berkembang secara berkelanjutan serta memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian nasional maupun global.

REFERENSI

Bisnis, Jurnal, Ekonomi Syariah, Nabil Nasywan, Ash Shiddiq, Moh Mukhsin, Universitas Sultan, Ageng Tirtayasa, et al. "Strategi Pengembangan Asuransi Syariah dalam Menghadapi Tantangan Pasar Global ada potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut . Namun , sektor ini harus menghadapi berbagai Data Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia (2018-2022) mencakup kontribu," 2025.

Hamka, Universitas Prof, Universitas Terbuka, dan Stai Minhaajurroosyidiin. "Journal of Islamic Studies" *3*, no. 1 (2025): 49–58.

Indah, Siti, Purwaning Yuwana, Strategi Ekonomi, Mutmainnah Mutmainnah, Siti Indah, Purwaning Yuwana, U I N Kiai, Haji Achmad, Siddiq Jember, dan Strategi Ekonomi. "2694-Article Text-10035-1-10-20240401 (1)" 4 (2024).

"Integrasi+Etika+Bisnis+Islam+dalam+Ekonomi+Global," n.d.

Meril Nawasabila, Natasa Lintang Safira, Mohammad Zain Al Ghifari, Galang Amru Octavian Ramadhana Al-Rizky, dan Amalia Nuril Hidayati. "Digitalisasi Ekonomi Syariah : Peluang dan Strategi Pengembangan dalam Perspektif Islam." *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi* 2, no. 6 (2025): 381–93. https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i6.1831.

Shiddiq, Nabil Nasywan Ash, dan Moh Mukhsin. "Strategi Pengembangan Asuransi Syariah dalam Menghadapi Tantangan Pasar Global ada potensi besar untuk pengembangan lebih lanjut . Namun , sektor ini harus menghadapi berbagai Data Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia (2018-2022) mencakup kontribu." *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 2, no. 1 (2025): 31–38.

Syaifullah, Mohammad Ashif, dan Mazro'atus Sa'adah. "Analisis Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Kemajuan Perekonomian Indonesia Dengan Mendukung Industri Wisata Halal." *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah dan Studi Islam* 2, no. 2

[11] Mohammad Ashif Syaifullah dan Mazro'atus Sa'adah, "Analisis Optimalisasi Peran Perbankan Syariah Dalam Kemajuan Perekonomian Indonesia Dengan Mendukung Industri Wisata Halal," *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah dan Studi Islam* 2, no. 2 (2024): 93–99.

(2024): 93–99.
Tinggi, Sekolah, dan Agama Islam. "Strategi Pengembangan Industri Halal di Indonesia Menjadi Top Player Global," no. September (2023): 689–708. https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918.