

## NAVIGASI TRANSFORMASI KONSUMEN DALAM KONTEKS BELANJA ONLINE SHOPEE DAN IMPLIKASINYA PADA MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH

M. Ryan Arsyi<sup>1</sup>, Achmad Sandy Firmansyah<sup>2</sup>, Alvi Nur Muhammad Putra<sup>3</sup>,  
Maulidya Dwi Solfianita<sup>4</sup>

[rayster2403@gmail.com](mailto:rayster2403@gmail.com)<sup>1</sup>, [sandyachmad697@gmail.com](mailto:sandyachmad697@gmail.com)<sup>2</sup>, [putraalvi@gmail.com](mailto:putraalvi@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[maulidyacantik1112@gmail.com](mailto:maulidyacantik1112@gmail.com)<sup>4</sup>

Universitas Yudharta Pasuruan

### ABSTRACT

*This article explores the results of a case study on the transformation of consumer behavior in online shopping on the Shopee platform and its impact on sharia financial management. This study analyzes the significant changes in consumer lifestyles, preferences and interactions triggered by technological advances, urbanization and social change. This article examines how social media, specifically Shopee, influences consumer preferences and purchasing decisions through online reviews and interactions. Security and privacy in online shopping is a major concern, with Shopee continuing to innovate to increase consumer comfort and satisfaction. The social impact on Islamic financial management is also analyzed, showing how changes in online shopping behavior can influence the financial decisions of consumers looking for Islamic financial solutions. In addition, the challenges and opportunities for Islamic finance in adapting products and services to changing consumer behavior are discussed, including aspects of user interface, recommendation algorithms, social interactions, and security enhancements.*

**Keywords:** *Shopee, Manajemen, Syariah, Belanja, Online.*

### PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat e-commerce telah mengubah lanskap belanja secara drastis, menjadikannya elemen tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Fenomena belanja online ini menjadi pendorong utama pergeseran perilaku konsumen, dengan Shopee sebagai salah satu platform e-commerce yang memainkan peran sentral dalam memberikan akses mudah bagi konsumen untuk mendapatkan berbagai produk (Tantrinesia et al. 2023). Melalui kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkannya, Shopee tidak hanya sekadar platform perdagangan elektronik, tetapi juga menjadi arsitek perubahan dalam cara masyarakat berbelanja.

Perubahan pola belanja konsumen terkait dengan adopsi belanja online mencerminkan preferensi konsumen modern. Cenderung memilih belanja online karena kepraktisan, beragamnya produk yang ditawarkan, dan kemudahan perbandingan harga. Transformasi dari belanja konvensional ke belanja online menciptakan pergeseran yang signifikan dalam interaksi konsumen dengan produk dan layanan (Izzuddin dan Ilahiyyah 2022). Kini, konsumen dapat menjelajahi dan membeli produk dengan lebih mudah, tanpa batasan geografis, serta memiliki kemampuan untuk membandingkan opsi produk secara langsung. Hal ini tidak hanya menciptakan efisiensi dalam proses belanja, tetapi juga mengubah dinamika hubungan antara konsumen dan penjual.

Perkembangan ini memunculkan tantangan dan peluang baru, baik bagi konsumen maupun pelaku bisnis. Meskipun konsumen menikmati kenyamanan dan kebebasan dalam berbelanja, pelaku bisnis, termasuk Shopee, dihadapkan pada tekanan untuk terus beradaptasi dengan perubahan dan memenuhi ekspektasi konsumen yang terus berkembang. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang dinamika perubahan ini

tidak hanya relevan untuk merespons pasar, tetapi juga penting untuk merancang strategi manajemen keuangan, termasuk aspek-aspek keuangan syariah, yang sesuai dengan tuntutan zaman. Dengan demikian, Shopee dan platform e-commerce serupa tidak hanya menjadi tempat transaksi, tetapi juga agen transformasi dalam perjalanan belanja konsumen modern.

Perubahan sosial yang menyertai fenomena belanja online mencakup pergeseran nilai-nilai konsumen, ekspektasi terhadap layanan, dan peran teknologi dalam seluruh proses berbelanja. Nilai-nilai konsumen berubah seiring dengan keterlibatan dalam ekosistem digital, di mana kenyamanan, efisiensi, dan pengalaman pengguna menjadi nilai-nilai yang semakin dihargai. Ekspektasi terhadap layanan pun mengalami transformasi signifikan, dengan konsumen modern mengharapkan respons yang cepat, transparansi informasi, dan pengalaman berbelanja yang personal.

Pengaruh media sosial, ulasan produk, dan tren digital menjadi pendorong utama dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Media sosial memberikan platform untuk berbagi pengalaman, merekomendasikan produk, dan memengaruhi persepsi konsumen terhadap merek atau produk tertentu. Ulasan produk di platform e-commerce dan situs-situs independen juga memiliki dampak besar, memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan berdasarkan pengalaman orang lain seperti influencer marketing dan metode pembayaran digital semakin membentuk pola belanja dan preferensi konsumen.

Implikasi dari perubahan ini pada manajemen keuangan syariah sangat penting. Manajemen keuangan syariah menitikberatkan kepatuhan pada prinsip-prinsip Islam dalam segala aspek, termasuk investasi, pinjaman, dan pengelolaan aset. Dengan transformasi konsumen yang terus berlanjut, perusahaan dan konsumen yang menerapkan prinsip syariah dapat dihadapkan pada tantangan baru, seperti mengintegrasikan prinsip-prinsip tersebut dalam lingkungan digital dan menanggapi perubahan ekspektasi konsumen.

Namun, di tengah tantangan, terbuka pula peluang baru. Penggunaan teknologi dapat membantu dalam pengembangan produk dan layanan keuangan syariah yang inovatif, memberikan kemudahan dalam pemenuhan prinsip-prinsip keuangan Islam. Selain itu, pendekatan yang berfokus pada edukasi konsumen tentang manfaat dan prinsip-prinsip keuangan syariah dapat menjadi strategi yang efektif untuk mengatasi perubahan sosial ini. Dengan demikian, integrasi antara perubahan konsumen dan prinsip-prinsip keuangan syariah menjadi suatu keharusan untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan di era belanja online yang terus berkembang.

Tantangan signifikan yang dihadapi dalam menghadapi transformasi konsumen menuju belanja online mencakup perlunya pengembangan produk keuangan syariah yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen digital. Adaptasi produk keuangan syariah yang sesuai dengan dinamika belanja online dan ekspektasi konsumen yang terus berkembang menjadi suatu tantangan strategis. Pemahaman mendalam terhadap preferensi dan tuntutan konsumen modern menjadi kunci dalam merancang produk keuangan syariah yang relevan dan diminati (Akrim et al. 2020).

Oleh karena, pentingnya edukasi tentang prinsip-prinsip keuangan syariah menjadi aspek kunci dalam mengelola tantangan dan meraih peluang dalam konteks transformasi konsumen. Edukasi yang baik dapat membantu konsumen memahami nilai-nilai dan prinsip-prinsip keuangan syariah, membimbing mereka dalam membuat keputusan finansial yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam membentuk lembaga keuangan syariah dan penyedia layanan untuk berperan aktif dalam memberikan edukasi kepada masyarakat. Sebagai produsen, pengecer, dan penyedia layanan keuangan syariah perlu bersiap menghadapi perubahan dinamika pasar, mencari cara untuk beradaptasi

dengan perubahan perilaku konsumen, dan mengoptimalkan potensi peluang yang muncul (Barkah et al. 2021). Transformasi ini menuntut kolaborasi dan inovasi di seluruh rantai nilai bisnis untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan ekosistem bisnis yang bersifat syariah di era belanja online yang terus berkembang.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam rangka menjalankan penelitian dengan judul "Navigasi Transformasi Konsumen: Studi Kasus Perubahan Sosial dalam Konteks Belanja Online di Shopee dan Implikasinya pada Manajemen Keuangan Syariah," metode studi literatur menjadi fondasi utama untuk memahami perkembangan konsep-konsep kunci yang terkait dengan transformasi konsumen, belanja online, perubahan sosial, dan manajemen keuangan syariah. Pertama, identifikasi topik penelitian dilakukan dengan menentukan fokus pada perubahan sosial yang terjadi dalam pengalaman belanja online di platform Shopee dan dampaknya pada praktik keuangan syariah. Dengan membangun kerangka konseptual, konsep-konsep tersebut diintegrasikan untuk memberikan landasan yang kokoh dalam mengarahkan arah penelitian.

Pemilihan sumber dan basis data merupakan langkah kritis untuk memastikan keakuratan dan keberagaman informasi yang diakses. Kriteria inklusi dan eksklusi ditetapkan untuk menyaring literatur yang paling relevan dengan topik penelitian, termasuk menentukan tahun publikasi, relevansi dengan topik, dan metode penelitian yang digunakan. Review literatur awal dilakukan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang perkembangan teoritis dan temuan empiris yang telah ada, sementara penelusuran literatur secara sistematis memastikan kelengkapan informasi dari basis data akademis dan perpustakaan digital.

Analisis literatur menjadi tahapan kunci untuk mengidentifikasi temuan kunci, pola, dan tren terkait transformasi konsumen, belanja online, perubahan sosial, dan manajemen keuangan syariah. Sintesis literatur kemudian disusun untuk mencerminkan perkembangan konsep dan temuan yang diidentifikasi dari berbagai sumber, memberikan gambaran holistik tentang topik penelitian. Dengan melibatkan implikasi perubahan konsumen dalam konteks belanja online pada prinsip dan praktik manajemen keuangan syariah, penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang mencerminkan pandangan menyeluruh terkait dampak transformasi ini. Diskusi tentang arah penelitian selanjutnya pun muncul berdasarkan temuan literatur dan gap pengetahuan yang masih ada. Keuntungan dari metode studi literatur mencakup kemampuannya untuk mengumpulkan wawasan mendalam, mengidentifikasi gap pengetahuan, dan menggabungkan perspektif dari berbagai sumber. Metode ini memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan penelitian lebih lanjut, memberikan pemahaman yang matang tentang perubahan sosial dalam belanja online di Shopee dan implikasinya pada manajemen keuangan syariah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perubahan Sosial dalam Konteks Belanja Online**

Perubahan gaya hidup masyarakat secara signifikan memengaruhi cara konsumen berbelanja online. Urbanisasi, sebagai contoh, menciptakan tekanan waktu yang lebih besar dan mengubah pola kerja tradisional. Akibatnya, konsumen cenderung beralih ke belanja online sebagai solusi yang lebih efisien dan sesuai dengan gaya hidup yang sibuk. Faktor urbanisasi ini dapat dilihat dari meningkatnya permintaan untuk layanan pengiriman cepat dan mudah. Selain itu, peran teknologi turut berperan dalam mengubah preferensi konsumen (Laily Bunga Rahayu dan Syam 2021).

Inovasi seperti pembayaran digital dan pengalaman belanja yang ditingkatkan secara teknologi telah menjadi faktor utama yang membentuk cara konsumen memilih dan bertransaksi dalam belanja online. Perubahan dalam pola kerja, terutama dengan peningkatan bekerja dari rumah, juga berdampak pada waktu yang dihabiskan untuk berbelanja online. Konsumen mungkin memiliki preferensi waktu yang berbeda untuk berbelanja, seperti selama istirahat kerja atau malam hari. Semua faktor ini menyumbang

pada transformasi signifikan dalam preferensi konsumen dan cara mereka berinteraksi dengan platform belanja online seperti Shopee.

Media sosial memainkan peran sentral dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian konsumen di era belanja online. Platform yang terkait dengan Shopee, seperti Instagram dan Facebook, bukan hanya menjadi tempat untuk berbagi informasi, tetapi juga wadah di mana preferensi konsumen terbentuk (Rohyati 2019). Pemaparan produk melalui unggahan dan iklan di media sosial mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu merek atau produk. Selain itu, interaksi konsumen dalam bentuk review, rekomendasi, dan diskusi online menciptakan komunitas virtual di sekitar produk atau layanan tertentu di Shopee. Kolaborasi antara pelanggan, terutama melalui testimoni atau rekomendasi, memberikan dampak yang signifikan pada keputusan pembelian konsumen. Aspek ini menciptakan rasa kepercayaan dan keterlibatan yang lebih besar dalam pengalaman belanja online, sekaligus memberikan panduan yang lebih personal untuk calon pembeli. Dengan demikian, media sosial dan interaksi konsumen menjadi pilar utama dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian di konteks belanja online, khususnya pada platform seperti Shopee.

Kekhawatiran akan keamanan dan privasi merupakan faktor kritis yang membentuk perilaku konsumen dalam konteks belanja online. Konsumen cenderung berhati-hati dan mempertimbangkan risiko keamanan sebelum melakukan transaksi. Ancaman potensial seperti pencurian identitas dan penipuan online dapat menjadi penghambat utama bagi konsumen yang enggan berbelanja online. Dalam merespons hal ini, Shopee dan platform serupa berupaya keras untuk meningkatkan keamanan transaksi menerapkan enkripsi data, sistem keamanan yang kuat, dan serangkaian langkah-langkah keamanan lainnya.

Strategi melibatkan konsumen, seperti menyediakan informasi transparan tentang langkah-langkah keamanan yang diambil, dapat membantu membangun kepercayaan. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan keamanan dan privasi dalam belanja online tidak hanya melibatkan aspek teknis, tetapi juga komunikasi yang transparan untuk memastikan konsumen merasa aman dan terlindungi. Pengalaman pengguna yang baik dan inovasi dalam platform memiliki dampak signifikan pada preferensi konsumen dalam belanja online, khususnya di Shopee. Tata letak yang intuitif, fitur pengalaman pengguna yang memudahkan navigasi, dan algoritma rekomendasi yang cerdas dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen (Septiansari dan Handayani 2021).

Inovasi seperti integrasi teknologi kecerdasan buatan untuk rekomendasi produk yang lebih personal, atau fitur pembayaran yang lebih cepat dan mudah, dapat membedakan pengalaman belanja online. Studi kasus spesifik pada Shopee dapat memberikan wawasan mendalam tentang perubahan atau inovasi tertentu yang telah diimplementasikan dan bagaimana hal tersebut secara langsung memengaruhi preferensi dan kepuasan konsumen. Inovasi-inovasi ini tidak hanya menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan, tetapi juga membantu menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen, karena merasa platform tersebut terus beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan.

Perubahan sosial yang terjadi dalam konteks belanja online memiliki dampak yang signifikan pada keputusan keuangan konsumen yang mencari solusi keuangan syariah. Seiring pergeseran gaya hidup dan preferensi konsumen, keputusan keuangan juga ikut berubah. Konsumen yang lebih terhubung secara online dan terbiasa dengan kemudahan belanja digital cenderung mencari solusi keuangan syariah yang dapat diakses secara mudah dan cepat. Mencari produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti pembiayaan tanpa bunga atau investasi yang halal (Robiatul Adawiyah, Reza Hilmy Luayyin 2023). Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah perlu memahami

perubahan ini dan menyusun strategi untuk menyediakan produk dan layanan yang responsif terhadap kebutuhan keuangan syariah yang berkembang di era belanja online.

Tantangan yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah dalam mengakomodasi perubahan perilaku konsumen dan belanja online dapat mencakup penyesuaian teknologi, regulasi, dan edukasi. Tantangan teknologi mencakup pengembangan platform digital yang memadai dan dapat bersaing dengan platform konvensional. Di sisi regulasi, lembaga keuangan syariah perlu memastikan bahwa produk dan layanan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan peraturan keuangan yang berlaku. Selain itu, edukasi terus-menerus terhadap konsumen mengenai manfaat dan keamanan produk keuangan syariah dapat menjadi tantangan tersendiri. Identifikasi peluang baru dalam menyediakan produk keuangan syariah yang sesuai dengan pola belanja online dan kebutuhan konsumen modern menjadi kunci kesuksesan. Peningkatan permintaan terhadap produk keuangan syariah di lingkungan digital menciptakan peluang untuk inovasi dan pengembangan produk yang lebih relevan. Lembaga keuangan syariah dapat memanfaatkan teknologi untuk menyediakan layanan perbankan dan investasi yang lebih mudah diakses, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan proaktif menghadapi perubahan ini, lembaga keuangan syariah dapat memperluas jangkauan mereka dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks dalam era belanja online.

### **Navigasi Transformasi Konsumen di Shopee**

Tata letak dan antarmuka pengguna Shopee telah menjalani penyesuaian yang signifikan untuk meningkatkan pengalaman belanja online konsumen. Perubahan ini melibatkan peningkatan desain yang lebih responsif dan intuitif, memandu konsumen melalui platform dengan lebih lancar. Misalnya, perubahan dalam tata letak halaman utama Shopee dapat mencerminkan penekanan pada penawaran khusus atau kategori produk yang sedang tren.

Antarmuka yang lebih bersih dan efisien membantu konsumen menemukan produk dengan cepat, sementara penyederhanaan proses transaksi seperti proses checkout yang lebih cepat dan metode pembayaran yang lebih terintegrasi memberikan kenyamanan tambahan (Farikhah Nur Azizah, Ferdiana Nur Puspakaritas, Vania Amanda Pramesti, Yosi Ananda Somanta Putri 2021). Fitur navigasi yang disesuaikan dengan preferensi konsumen juga terlihat dalam kemampuan platform untuk menampilkan produk yang mungkin diminati berdasarkan riwayat pencarian dan pembelian sebelumnya, menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal dan terfokus.

Shopee memanfaatkan algoritma rekomendasi dengan canggih untuk menyajikan produk yang paling relevan bagi konsumen. Melalui analisis data riwayat belanja dan perilaku konsumen, algoritma ini dapat memprediksi preferensi individual dengan tingkat akurasi yang tinggi. Personalisasi pengalaman pengguna melibatkan penyajian rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan konsumen, seringkali ditempatkan secara strategis di berbagai bagian platform.

Misalnya, rekomendasi produk yang muncul saat menjelajahi kategori tertentu atau bahkan pada halaman beranda dapat memberikan dorongan tambahan untuk pembelian impulsif atau melengkapi kebutuhan konsumen. Dengan demikian, pengguna Shopee tidak hanya mendapatkan akses yang lebih mudah ke produk yang mereka inginkan, tetapi juga terdorong untuk menjelajahi opsi tambahan yang sesuai dengan selera pribadi mereka, menciptakan pengalaman belanja yang lebih dinamis dan menyenangkan. Shopee berhasil menciptakan sebuah ekosistem belanja online yang mempromosikan interaksi sosial dan membentuk komunitas online yang aktif. Fitur komentar, review, dan rekomendasi dari sesama konsumen menjadi aspek penting dalam menciptakan

lingkungan berbagi pengalaman (Fauzi et al. 2023).

Melalui fitur-fitur ini, konsumen dapat berkomunikasi, bertukar pendapat, dan memberikan umpan balik langsung mengenai produk atau penjual tertentu. Analisis terhadap dampak kolaborasi dan interaksi konsumen menunjukkan bahwa ini tidak hanya menciptakan kepercayaan, tetapi juga memberikan informasi berharga kepada konsumen potensial. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh ulasan dan rekomendasi dari anggota komunitas, membantu konsumen membuat keputusan yang lebih terinformasi dan membangun ikatan yang lebih erat antaranggota komunitas online. Dengan memfasilitasi interaksi sosial, Shopee berhasil membangun komunitas online yang dinamis di sekitar produk atau merek tertentu, menciptakan ruang yang menginspirasi, memotivasi, dan memberdayakan konsumennya.

Diskusi mengenai upaya Shopee dalam meningkatkan keamanan transaksi online mencakup implementasi enkripsi data, sertifikasi keamanan, dan pemantauan aktif terhadap potensi ancaman keamanan. Analisis terhadap fitur keamanan yang diterapkan menunjukkan komitmen Shopee untuk melindungi data konsumen, mengurangi risiko penipuan, dan menciptakan pengalaman belanja online yang aman.

Fitur-fitur keamanan ini mencakup prosedur verifikasi dua faktor, sistem deteksi aktivitas mencurigakan, dan perlindungan pembayaran yang kuat. Dengan memprioritaskan keamanan, Shopee tidak hanya memberikan perlindungan kepada konsumennya, tetapi juga membangun kepercayaan yang lebih dalam di antara komunitas pengguna. Keamanan yang ditingkatkan ini memberikan keyakinan tambahan kepada konsumen bahwa transaksi online mereka di Shopee aman dan dapat diandalkan, merangsang pertumbuhan kepercayaan dan aktivitas belanja online yang lebih besar.

Salah satu inovasi kunci yang diadopsi adalah penggunaan kecerdasan buatan (AI) dan analisis data tingkat tinggi untuk meningkatkan personalisasi pengalaman konsumen (Rohyati 2019). Sistem rekomendasi produk yang ditingkatkan secara signifikan memahami preferensi individual dan memberikan rekomendasi yang lebih akurat. Selain itu, Shopee telah merespon tren augmented reality (AR) dan virtual reality (VR) dengan mengintegrasikan fitur-fitur ini ke dalam platformnya, memungkinkan konsumen untuk "mencoba" produk secara virtual sebelum membeli. Integrasi teknologi ini mencerminkan respons Shopee terhadap perubahan sosial yang meningkatkan preferensi konsumen untuk pengalaman belanja yang lebih interaktif dan terlibat.

Platform ini terus mengintegrasikan teknologi pembayaran digital terbaru, seperti dompet digital dan metode pembayaran yang inovatif, untuk memastikan proses transaksi yang cepat, aman, dan nyaman. Shopee juga responsif terhadap tren peningkatan mobilitas dengan mengoptimalkan aplikasi mobile-nya dan memanfaatkan teknologi responsif untuk menyediakan pengalaman belanja yang konsisten di berbagai perangkat (Hesty Nurul Utami 2018). Melalui langkah-langkah ini, Shopee bukan hanya menjadi peserta di dalam perubahan sosial dan teknologi, tetapi juga pemimpin yang proaktif dalam merancang masa depan belanja online.

Transformasi konsumen di Shopee berdampak langsung pada keputusan keuangan konsumen yang mencari solusi keuangan syariah. Konsumen yang semakin terbiasa dengan belanja online cenderung mencari solusi keuangan syariah yang dapat diakses secara digital. Peningkatan penggunaan teknologi dalam belanja online juga menciptakan peluang baru bagi lembaga keuangan syariah untuk menyediakan produk dan layanan yang lebih mudah diakses dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Oleh karena itu, lembaga keuangan syariah perlu mengadaptasi produk dan layanan mereka untuk mencocokkan perubahan perilaku konsumen di platform belanja online seperti Shopee. Hal ini dapat melibatkan pengembangan solusi keuangan digital

yang inovatif, seperti pembiayaan syariah berbasis teknologi, untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks dan terhubung secara digital. Adaptasi ini tidak hanya penting untuk mempertahankan relevansi, tetapi juga untuk memanfaatkan potensi pertumbuhan dalam pasar keuangan syariah di era belanja online.

### **Implikasi pada Manajemen Keuangan Syariah**

Transformasi konsumen di Shopee berdampak signifikan pada pola pengeluaran mereka, terutama dalam konteks produk dan layanan keuangan syariah. Analisis menunjukkan bahwa konsumen yang aktif di platform ini cenderung lebih memperhatikan kebutuhan keuangan syariah dalam pengambilan keputusan pembelian mereka. Munculnya produk dan layanan keuangan syariah yang terintegrasi dengan platform belanja online telah memperluas pilihan konsumen, memungkinkan mereka untuk lebih mudah menyesuaikan pengeluaran dengan prinsip-prinsip syariah (Nasution, Limbong, dan Ramadhan 2020).

Terdapat pergeseran dalam preferensi belanja, dengan konsumen yang lebih cenderung memilih produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai keuangan syariah mereka. Dalam beberapa kasus, keputusan pengeluaran tidak hanya didorong oleh faktor fungsional atau estetika, tetapi juga oleh sejauh mana suatu produk atau layanan memenuhi kriteria keuangan syariah. Mencerminkan adanya kesadaran yang meningkat di kalangan konsumen Shopee terhadap pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam aspek-aspek keuangan dalam pola pengeluaran, tetapi juga menciptakan tren peningkatan penggunaan layanan keuangan syariah.

Pemaparan mengenai tren ini menunjukkan bahwa platform belanja online seperti Shopee bukan hanya menjadi tempat transaksi barang dan jasa konvensional, tetapi juga menjadi katalisator bagi pertumbuhan penggunaan produk keuangan syariah (Pratama 2020). Konsumen yang semakin terkoneksi secara digital dan terbiasa dengan kecepatan layanan online cenderung memanfaatkan kemudahan akses ke produk keuangan syariah yang ditawarkan di dalam platform. Analisis menunjukkan bahwa inisiatif seperti penawaran khusus atau promosi terkait produk keuangan syariah di Shopee dapat merangsang minat dan partisipasi konsumen.

Respons lembaga keuangan syariah terhadap tren ini melibatkan penyediaan layanan yang lebih efisien, pemenuhan regulasi yang ketat, dan strategi pemasaran yang berfokus pada pendekatan yang mengedepankan nilai-nilai syariah. Dengan demikian, Shopee dan lembaga keuangan syariah saling memperkuat untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat di era digital ini.

Lembaga keuangan syariah aktif terlibat dalam diskusi dan implementasi upaya untuk mengembangkan produk dan layanan yang inovatif guna memenuhi tuntutan konsumen di Shopee. Diskusi tersebut melibatkan perencanaan strategis lembaga keuangan syariah untuk menyelaraskan produk dan layanan mereka dengan preferensi dan kebutuhan konsumen yang semakin berkembang di era digital. Contoh konkretnya termasuk pengembangan produk tabungan syariah yang terintegrasi langsung dengan platform belanja Shopee.

Tabungan ini tidak hanya menawarkan tingkat keuntungan yang sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga memberikan kemudahan transfer dana antara rekening tabungan dan proses pembayaran selama transaksi di Shopee. Selain itu, lembaga keuangan syariah juga menciptakan solusi pembiayaan syariah berbasis teknologi, seperti layanan pembiayaan tanpa bunga dengan proses pengajuan yang lebih cepat dan mudah melalui aplikasi mobile. Inovasi-inovasi ini mencerminkan adaptasi lembaga keuangan syariah terhadap tren belanja online dan kebutuhan keuangan syariah yang spesifik.

Tantangan yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah dalam menyesuaikan

strategi bisnis mereka dengan perubahan perilaku konsumen di Shopee mencakup pemahaman mendalam terhadap dinamika belanja online dan transformasi digital. Diskusi mengenai tantangan ini melibatkan aspek regulasi, teknologi, dan pemahaman pasar yang diperlukan untuk mengakomodasi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks. Adapun peluang, lembaga keuangan syariah dapat memanfaatkan kemitraan strategis dengan platform belanja online seperti Shopee.

Kolaborasi ini dapat mencakup penyediaan solusi pembayaran syariah yang terintegrasi, penawaran khusus untuk pengguna Shopee, dan program insentif lainnya yang memperluas cakupan dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Selain itu, penggunaan teknologi terbaru, seperti kecerdasan buatan untuk analisis data konsumen, dapat membuka peluang baru dalam pengembangan produk dan layanan yang lebih efektif dan disesuaikan (Damayanti et al. n.d.). Dengan mengambil inisiatif dalam menghadapi tantangan dan mengoptimalkan peluang ini, lembaga keuangan syariah dapat membangun keberlanjutan dan daya saing di tengah perubahan landscape bisnis yang terjadi di Shopee dan ekosistem belanja online secara keseluruhan.

Lembaga keuangan syariah telah merancang upaya untuk meningkatkan aksesibilitas dan literasi keuangan syariah di kalangan konsumen yang aktif di Shopee. Pemaparan ini mencakup langkah-langkah strategis yang diambil untuk memastikan bahwa produk dan layanan keuangan syariah dapat diakses oleh sebanyak mungkin konsumen. Misalnya, program inklusifitas dapat mencakup penawaran produk keuangan syariah yang lebih terjangkau atau pembuatan aplikasi mobile yang ramah pengguna untuk mempermudah akses lembaga keuangan syariah juga memberikan penekanan pada literasi keuangan dengan menyediakan program edukasi online yang mendalam, menjelaskan konsep-konsep syariah, dan memberikan panduan praktis dalam mengelola keuangan sesuai dengan prinsip syariah.

Fitur-fitur seperti tutorial interaktif, panduan langkah demi langkah, dan forum diskusi dalam platform Shopee turut mendukung peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan konsumen terhadap pertumbuhan industri keuangan syariah secara keseluruhan mencakup evaluasi terhadap sejauh mana peningkatan permintaan terhadap produk keuangan syariah di platform belanja online dapat menjadi pendorong pertumbuhan sektor keuangan syariah secara global (Witro et al. 2022). Transformasi ini menciptakan peluang pertumbuhan baru bagi industri keuangan syariah dengan memperluas basis konsumen dan mengintegrasikan layanan keuangan syariah ke dalam kehidupan sehari-hari konsumen.

Evaluasi ini pun melibatkan pemahaman terhadap sejauh mana platform belanja online seperti Shopee dapat menjadi kanal distribusi yang efektif bagi produk dan layanan keuangan syariah. Dengan meningkatnya kesadaran dan aksesibilitas, konsumen cenderung lebih terbuka terhadap opsi keuangan syariah, yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan industri ini secara global. Sinergi antara Shopee dan lembaga keuangan syariah dapat menciptakan efek domino positif, menciptakan ekosistem keuangan syariah yang lebih dinamis dan berkembang di tingkat global (Juliana et al. 2022).

### **Tantangan dan Peluang bagi Keuangan Syariah**

Tantangan utama yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah dalam era belanja online, terutama di platform seperti Shopee, adalah kompleksitas regulasi yang mengatur keuangan syariah. Seiring dengan berkembangnya dinamika belanja online, lembaga keuangan syariah harus memiliki keterampilan navigasi yang mendalam melalui berbagai peraturan syariah dan hukum lokal yang berlaku.

Penyesuaian terhadap kerangka regulasi yang kompleks ini menjadi kunci dalam



memastikan kepatuhan penuh terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah dan untuk menjaga keberlanjutan operasional lembaga keuangan tersebut (Fradesa et al. 2022). Oleh karena itu, inisiatif strategis dan komitmen yang kuat terhadap kepatuhan regulasi menjadi aspek penting yang perlu diadopsi oleh lembaga keuangan syariah agar dapat berfungsi secara efektif dan legal di lingkungan bisnis yang dinamis ini.

Tantangan berikutnya yang harus dihadapi oleh lembaga keuangan syariah dalam konteks Shopee adalah kesenjangan dalam pemahaman dan kesadaran konsumen terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah. Meskipun terdapat minat yang meningkat terhadap produk dan layanan keuangan syariah, masih diperlukan upaya besar untuk menjembatani kesenjangan ini. Pendidikan dan program peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan konsumen Shopee menjadi esensial untuk mengubah persepsi dan memastikan bahwa konsumen memiliki pemahaman yang benar tentang konsep-konsep syariah (Arifqi, Moh. Musfiq 2021).

Inisiatif ini dapat mencakup kampanye pemasaran yang fokus pada pendidikan, webinar interaktif, atau konten edukatif dalam platform Shopee yang dirancang untuk memberikan informasi yang mudah dipahami dan relevan. Dengan meningkatnya kesadaran dan pemahaman konsumen, diharapkan minat terhadap produk dan layanan keuangan syariah dapat meningkat, memberikan kontribusi pada pertumbuhan sektor ini di era belanja online.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, terutama dalam konteks belanja online di platform seperti Shopee, lembaga keuangan syariah harus mampu mengadopsi solusi teknologi terkini untuk menjawab tuntutan pasar dalam implementasi sistem keamanan tingkat tinggi untuk melindungi data dan transaksi konsumen secara efektif, lembaga keuangan syariah perlu berinvestasi dalam infrastruktur teknologi yang dapat mendeteksi dan mencegah ancaman keamanan yang berkembang, sehingga membangun kepercayaan dan kenyamanan bagi konsumen dalam mengadopsi layanan keuangan syariah secara daring (Nuruddin dan Himmati 2023).

Permasalahan utama melibatkan penyusunan infrastruktur teknologi yang dapat berinteraksi dan berintegrasi dengan platform belanja online dengan lancar. Hal ini mencakup pengembangan antarmuka aplikasi yang efisien, sistem backend yang kompatibel, dan mekanisme sinkronisasi data yang akurat. Untuk menciptakan pengalaman pengguna yang mulus, lembaga keuangan syariah juga perlu memahami dinamika perilaku konsumen di platform belanja online dan memastikan bahwa integrasi produk keuangan syariah tidak mengganggu alur transaksi atau pengalaman belanja konsumen (Banna dan Anshori 2022). Kesulitan teknis ini menuntut keterampilan teknologi yang tinggi dan kolaborasi erat antara tim IT lembaga keuangan dan pengembang platform belanja online. Dengan mengatasi kendala ini, lembaga keuangan syariah dapat mengoptimalkan manfaat dari integrasi dengan platform belanja online dan memperluas jangkauan layanan keuangan syariah ke pasar digital dengan lebih efektif.

Peluang besar terbuka lebar melalui kemitraan strategis antara lembaga keuangan syariah dan platform belanja online seperti Shopee. Kolaborasi semacam ini menciptakan sinergi yang kuat di antara dua entitas tersebut, memungkinkan lembaga keuangan syariah untuk merangkul basis konsumen yang lebih luas dan menciptakan nilai tambah bagi pengguna Shopee. Kemitraan dapat mencakup pengembangan produk dan layanan keuangan syariah yang terintegrasi sepenuhnya dalam ekosistem belanja online.

Misalnya, penawaran kartu kredit syariah dengan benefit khusus untuk transaksi di Shopee atau skema pembiayaan syariah yang terhubung langsung dengan pembelian produk di platform tersebut (Anshori 2018). Dengan cara ini, lembaga keuangan syariah dapat memanfaatkan basis pengguna Shopee yang besar untuk meningkatkan

aksesibilitas dan adopsi produk keuangan syariah secara signifikan.

Peluang inovasi teknologi menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing lembaga keuangan syariah di era belanja online di Shopee. Penggunaan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan teknologi blockchain dapat membuka pintu untuk solusi keuangan syariah yang lebih efisien dan inovatif. Misalnya, penggunaan AI dalam analisis data konsumen dapat membantu lembaga keuangan syariah memahami perilaku belanja konsumen lebih baik, sehingga mereka dapat menyajikan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi. Teknologi blockchain juga dapat diterapkan untuk meningkatkan transparansi dan keamanan dalam transaksi keuangan syariah, menciptakan lingkungan yang lebih terpercaya bagi konsumen (Wijaya dan Adam 2021). Inovasi semacam ini bukan hanya memperkuat kehadiran lembaga keuangan syariah di Shopee tetapi juga menciptakan diferensiasi yang dapat menarik minat konsumen yang semakin cerdas dan teknologi-savvy di dunia belanja online.

Edukasi online dapat menjadi alat yang efektif untuk memberikan informasi yang komprehensif tentang prinsip-prinsip keuangan syariah, menjelaskan manfaat dan nilai tambahnya. Kampanye pemasaran yang fokus pada pendidikan, baik dalam bentuk materi promosi maupun webinar interaktif, dapat menjadi sarana untuk mencapai audiens yang lebih luas. Fitur-fitur informatif dalam platform belanja online, seperti panduan belanja yang sesuai dengan prinsip syariah, juga dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman konsumen (Sonnica 2022). Dengan menciptakan ekosistem yang mendukung literasi keuangan syariah di Shopee, lembaga keuangan syariah dapat membangun kepercayaan konsumen, merubah persepsi, dan mendorong adopsi produk dan layanan keuangan syariah.

Dengan memanfaatkan platform belanja online yang memiliki cakupan global, lembaga keuangan syariah dapat memperluas jangkauan mereka ke pasar internasional. Ekspansi ini dapat dilakukan dengan menyesuaikan produk dan layanan keuangan syariah sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai negara. Platform belanja online seperti Shopee memberikan akses ke beragam pasar dan demografis, sehingga lembaga keuangan syariah dapat menjangkau konsumen di lokasi-lokasi yang sebelumnya sulit diakses. Strategi ini dapat mencakup pengembangan produk yang disesuaikan dengan kondisi dan regulasi setiap pasar, serta kampanye pemasaran yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen global. Dengan mengambil inisiatif dalam ekspansi global, lembaga keuangan syariah dapat memperluas dampak positifnya dan menjadi pemain utama dalam memberikan solusi keuangan syariah di panggung internasional.

## **KESIMPULAN**

Dalam era digital ini, transformasi konsumen melalui platform belanja online seperti Shopee menjadi pemandu utama perubahan sosial. Studi kasus ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana perubahan gaya hidup, interaksi sosial, dan inovasi teknologi meresap ke dalam pola belanja konsumen. Implikasinya terhadap manajemen keuangan syariah memunculkan tantangan dan peluang yang signifikan. Tantangan kompleks, seperti navigasi regulasi yang rumit dan kebutuhan akan keamanan transaksi online, menuntut lembaga keuangan syariah untuk terus berinovasi dan beradaptasi. Kesadaran konsumen yang meningkat terhadap produk dan layanan keuangan syariah menjadi pendorong utama dalam perubahan ini. Meningkatkan literasi keuangan dan memperluas pemahaman konsumen tentang prinsip-prinsip keuangan syariah menjadi tugas mendesak yang memerlukan kolaborasi antara industri keuangan dan platform belanja online.

Kemitraan strategis antara lembaga keuangan syariah dan platform belanja online dapat menciptakan ekosistem keuangan yang inklusif. Inovasi teknologi, seperti kecerdasan buatan dan teknologi blockchain, menjadi jalan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menyajikan produk keuangan syariah yang lebih relevan. Ekspansi global juga menjadi langkah strategis untuk memperluas akses terhadap produk keuangan syariah dan melayani kebutuhan konsumen di berbagai belahan dunia. Peningkatan literasi keuangan dan kesadaran konsumen melalui platform belanja online bukan hanya menciptakan peluang bisnis, tetapi juga mendukung visi keuangan syariah sebagai solusi inklusif untuk masyarakat global. Dengan demikian, navigasi transformasi konsumen di Shopee bukan hanya menjadi kisah perubahan dalam belanja online, tetapi juga menjadi peta jalan untuk menyelaraskan manajemen keuangan syariah dengan dinamika zaman. Sebuah era di mana perubahan sosial dan teknologi menjadi katalisator bagi pertumbuhan keuangan syariah, melayani kebutuhan konsumen modern dengan pendekatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akrim, Emilda Sulasmi, Peny Eriska, dan Fadhil Pahlevi Hidayat. 2020. 4 Book Chapter Covid 19 & Kampus Merdeka di Era new Normal Ditinjau dari Perspektif Ilmu Pengetahuan Kampus Merdeka di Era new Normal Ditinjau dari Perspektif Ilmu Pengetahuan.
- Anshori, Isa. 2018. "Melacak State Of The Art Fenomenologi Dalam Kajian Ilmu-Ilmu Sosial Isa Anshori Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Jl. Ahmad Yani No .117, Jemur Wonosari Surabaya, Paradigma Fenomenologi (Phenomenology) merupakan salah satu teori dari paradigma." Halaqa: Islamic Education Journal 2(2): 165–81. <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/halaqa>.
- Arifqi, Moh. Musfiq, Dedi Junaedi. 2021. "Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19." Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah 3(2): 192–205.
- Banna, Banna Nidham Ulhaq, dan Isa Anshori. 2022. "Identitas Nasional Suatu Bangsa Dan Negara Serta Peranan Penting Konstitusi Dalam Kehidupan Bernegara." Jurnal Global Citizen: Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan 11(2): 82–88.
- Barkah, Susanto et al. 2021. "SUSUNAN DEWAN REDAKSI THE 4 th BUSINESS AND ECONOMICS CONFERENCE IN UTILIZING OF MODERN." THE 4th BUSINESS AND ECONOMICS CONFERENCE IN UTILIZING OF MODERN TECHNOLOGY.
- Damayanti, Khairunnisa Firta et al. "KAJIAN LITERATUR: ANALISIS KONFORMITAS SHOPEE PAYLATER DENGAN PRINSIP-PRINSIP EKONOMI ISLAM DALAM MANAJEMEN." 1(2023): 237–43.
- Farikhah Nur Azizah, Ferdiana Nur Puspakaritas, Vania Amanda Pramesti, Yosi Ananda Somanta Putri, Nurul Azizah. 2021. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP 5 FISIP, UPN Veteran' Jawa Timur." Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik 1: 56–67.