

ANALISIS PERAN E-COMMERCE DALAM TRANSFORMASI DIGITAL DAN PENGUATAN DAKWAH DI DUNIA MODERN

Naeila Nurazizah¹, Olpy Nopy Yanti², Anjar Sulistyani³

nurazizahnaeila@gmail.com¹, olpynopyyanti@gmail.com², anjar@iai-alzaytun.ac.id³

IAI AL - AZIZ

ABSTRAK

Perkembangan transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan aktivitas dakwah. Salah satu wujud nyata dari transformasi digital tersebut adalah hadirnya e-commerce sebagai sistem perdagangan berbasis teknologi digital yang mampu menghubungkan produsen dan konsumen secara luas tanpa dibatasi ruang dan waktu. E-commerce tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi ekonomi, tetapi juga berpotensi menjadi media strategis dalam mendukung penguatan dakwah di dunia modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran e-commerce dalam proses transformasi digital serta kontribusinya terhadap penguatan dakwah di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka (library research) dengan mengkaji berbagai literatur ilmiah berupa jurnal, artikel penelitian, dan buku akademik yang relevan dan dipublikasikan dalam rentang lima tahun terakhir. Hasil kajian menunjukkan bahwa e-commerce berperan penting dalam mendorong transformasi digital melalui peningkatan efisiensi, inovasi model bisnis, dan perluasan literasi digital masyarakat, termasuk pelaku usaha berbasis komunitas keagamaan. Selain itu, e-commerce memiliki potensi sebagai media pendukung dakwah melalui penyebaran nilai-nilai Islam secara kontekstual dalam praktik ekonomi digital, seperti etika bisnis Islam, prinsip muamalah, dan pemberdayaan ekonomi umat. Integrasi antara teknologi digital, aktivitas ekonomi, dan dakwah menjadikan dakwah lebih adaptif terhadap perkembangan zaman serta relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Meskipun demikian, dakwah berbasis e-commerce juga menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi digital dan risiko komersialisasi dakwah. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan yang bijak agar e-commerce dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana transformasi digital dan penguatan dakwah yang berkelanjutan.

Kata Kunci: E-Commerce, Transformasi Digital, Dakwah Digital, Ekonomi Islam, Teknologi Informasi.

ABSTRACT

The development of digital transformation has brought significant changes to various aspects of life, including the economic sector and Islamic outreach activities. One concrete manifestation of this digital transformation is the presence of e-commerce, a digital technology-based trading system capable of connecting producers and consumers widely without being limited by space and time. E-commerce not only functions as a means of economic transactions but also has the potential to become a strategic medium in supporting the strengthening of Islamic outreach in the modern world. This study aims to analyze the role of e-commerce in the digital transformation process and its contribution to strengthening Islamic outreach in the digital era. The research method used is library research by reviewing various scientific literature in the form of journals, research articles, and relevant academic books published within the last five years. The results of the study indicate that e-commerce plays a significant role in driving digital transformation through increased efficiency, business model innovation, and expanding digital literacy among the public, including religious community-based entrepreneurs. Furthermore, e-commerce has the potential to support Islamic outreach through the contextual dissemination of Islamic values in digital economic practices, such as Islamic business ethics, principles of muamalah, and economic empowerment of the community. The integration of digital technology, economic activity, and da'wah (Islamic outreach) makes da'wah more adaptive to changing times and relevant to the needs of modern society. However, e-commerce-based da'wah also faces challenges such as low digital literacy and the risk of commercialization. Therefore, wise management is necessary to ensure optimal use of e-

commerce as a means of digital transformation and sustainable da'wah strengthening.

Kata Kunci: *E-Commerce, Digital Transformation, Digital Da'wah, Islamic Economics, Information Technology*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk ekonomi, sosial, budaya, hingga kegiatan keagamaan. Salah satu pilar utama dalam transformasi digital adalah E-Commerce penggunaan teknologi digital untuk transaksi bisnis yang menjembatani produsen dan konsumen tanpa batasan geografis. E-Commerce telah berkembang pesat dalam dekade terakhir, berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi digital dan membuka akses pasar yang lebih luas untuk berbagai pelaku usaha, terutama UMKM. Dalam konteks ekonomi, e-commerce mendorong efisiensi operasional, inovasi model bisnis, dan inklusi digital yang lebih baik bagi sektor usaha kecil dan menengah. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga memengaruhi cara penyebaran pesan agama atau dakwah. Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka kini berevolusi ke bentuk digital melalui internet, media sosial, dan platform online lainnya. Penggunaan media digital dalam dakwah memungkinkan pesan keagamaan menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan ruang dan waktu, serta menyesuaikan gaya komunikasi dengan preferensi generasi milenial dan Z. Penelitian ini mengkaji secara komprehensif peran e-commerce dalam proses transformasi digital serta implikasinya terhadap penguatan dakwah di dunia modern, khususnya bagaimana teknologi digital memperluas jangkauan pesan keagamaan dan memperkuat praktik dakwah melalui pemanfaatan platform digital.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research), yaitu kajian teoritis dan sistematis terhadap literatur ilmiah yang relevan dengan topik yang diangkat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Identifikasi literatur berupa jurnal ilmiah, artikel penelitian, buku akademik, dan sumber primer lainnya yang membahas e-commerce, transformasi digital, dan dakwah digital.
2. Penyaringan sumber berdasarkan relevansi, kredibilitas ilmiah, serta rentang publikasi dalam 5 tahun terakhir (2020–2025) untuk memastikan informasi up-to-date.
3. Analisis dan sintesis temuan dari berbagai sumber untuk menarik kesimpulan yang komprehensif.

Metode ini dipilih karena penelitian bersifat konseptual dan bertujuan menggabungkan temuan dari berbagai studi yang sudah dipublikasikan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang evolusi E-Commerce dan kaitannya dengan digitalisasi dakwah di era modern

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, berbisnis, dan menyampaikan nilai-nilai keagamaan. Dalam konteks ini, e-commerce tidak hanya berperan sebagai sarana transaksi ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari ekosistem digital yang dapat mendukung penguatan dakwah di dunia modern. Berdasarkan hasil telaah pustaka dari berbagai sumber ilmiah lima tahun terakhir, peran e-commerce dalam transformasi digital dan dakwah dapat dipahami melalui beberapa aspek berikut.

1. Peran E-Commerce dalam Mendorong Transformasi Digital

E-commerce merupakan salah satu bentuk nyata dari transformasi digital yang mendorong perubahan sistem ekonomi konvensional menuju ekonomi berbasis teknologi.

Kehadiran e-commerce telah menghilangkan banyak batasan ruang dan waktu dalam aktivitas perdagangan, sehingga proses jual beli menjadi lebih cepat, efisien, dan terjangkau. Transformasi ini juga mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan teknologi digital, mulai dari penggunaan sistem pembayaran elektronik, pemasaran digital, hingga pengelolaan data konsumen secara daring.

Selain itu, e-commerce mempercepat adopsi teknologi digital di kalangan masyarakat luas, termasuk UMKM dan pelaku ekonomi berbasis komunitas keagamaan. Melalui platform digital, pelaku usaha tidak hanya memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga memperoleh literasi digital yang lebih baik. Hal ini menjadi fondasi penting dalam membangun masyarakat digital yang adaptif dan berdaya saing di era global.

2. E-Commerce sebagai Media Pendukung Dakwah di Era Digital

Dalam perspektif dakwah, e-commerce memiliki potensi sebagai media pendukung penyebaran nilai-nilai Islam secara tidak langsung. Platform e-commerce yang menjual produk halal, buku keislaman, perlengkapan ibadah, hingga konten digital Islami dapat menjadi sarana edukasi dan internalisasi nilai dakwah kepada masyarakat. Aktivitas ekonomi yang dikemas dengan nilai religius mampu menghadirkan dakwah yang lebih kontekstual dan relevan dengan kehidupan modern.

Lebih dari itu, e-commerce memungkinkan terjadinya interaksi yang berkelanjutan antara produsen dan konsumen berbasis nilai Islam. Interaksi ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian pesan moral, etika bisnis Islam, serta prinsip muamalah yang sesuai dengan syariat. Dengan demikian, dakwah tidak hanya disampaikan melalui ceramah atau pengajian, tetapi juga melalui praktik ekonomi yang mencerminkan nilai keislaman.

3. Integrasi Transformasi Digital, Ekonomi, dan Dakwah

Integrasi antara transformasi digital dan dakwah melalui e-commerce menunjukkan bahwa dakwah di era modern tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi. Dakwah digital menuntut pendekatan yang kreatif, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, e-commerce menjadi ruang strategis untuk mempertemukan aspek ekonomi, teknologi, dan nilai keagamaan secara simultan.

Beberapa bentuk integrasi yang dapat diidentifikasi dari hasil kajian pustaka antara lain:

- Pemanfaatan platform e-commerce syariah sebagai sarana pemberdayaan ekonomi umat.
- Penyisipan konten dakwah dan edukasi Islam dalam aktivitas pemasaran digital.
- Penguatan identitas keislaman melalui brand dan nilai yang diusung dalam bisnis digital.

Pendekatan ini menjadikan dakwah lebih membumi, tidak terkesan normatif semata, tetapi hadir dalam praktik kehidupan sehari-hari masyarakat modern.

4. Tantangan dan Peluang Dakwah Berbasis E-Commerce

Meskipun memiliki potensi besar, dakwah berbasis e-commerce juga menghadapi sejumlah tantangan. Tantangan tersebut meliputi rendahnya literasi digital sebagian masyarakat, risiko komersialisasi dakwah, serta maraknya konten digital yang tidak sesuai dengan nilai Islam. Oleh karena itu, diperlukan peran dai, akademisi, dan pelaku ekonomi digital untuk menjaga keseimbangan antara nilai dakwah dan kepentingan bisnis.

Di sisi lain, peluang dakwah melalui e-commerce sangat terbuka luas. Tingginya penetrasi internet dan meningkatnya minat masyarakat terhadap transaksi digital menjadi modal besar untuk mengembangkan dakwah yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Dengan strategi yang tepat, e-commerce dapat menjadi instrumen dakwah yang efektif dalam membangun kesadaran religius sekaligus kemandirian ekonomi umat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian pustaka yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa e-commerce memiliki peran strategis dalam mendorong transformasi digital di berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam penguatan dakwah di dunia modern. E-commerce tidak hanya berfungsi sebagai sarana perdagangan digital, tetapi juga sebagai media yang mampu menyampaikan nilai-nilai keislaman melalui praktik ekonomi yang etis dan berbasis teknologi. Transformasi digital yang dipicu oleh e-commerce membuka ruang baru bagi dakwah untuk berkembang secara lebih luas, fleksibel, dan kontekstual. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan hadir dalam ruang digital yang menyatu dengan aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat. Integrasi antara teknologi, ekonomi, dan dakwah menjadi kunci dalam menjawab tantangan zaman sekaligus memanfaatkan peluang digital secara optimal. Dengan demikian, sinergi antara e-commerce dan dakwah perlu terus dikembangkan secara bijak dan berkelanjutan agar mampu memberikan kontribusi nyata dalam membangun masyarakat digital yang religius, beretika, dan berdaya saing di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- al., A. M. (2025). Kontekstualisasi Strategi Bisnis Islami di Era E-Commerce: Implikasi terhadap Kewirausahaan dan Ekonomi Umat. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*.
- al., T. T. (2024). Transformasi Digital Berbasis E-Commerce dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Syariah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*.
- Eviyanti, Y. (2025). Social Media is a Means of Da'wah in the Digital Era. . *Jurnal Manajemen Dakwah*.
- Faisal, M. T. (2023). TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN E-COMMERCE DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA.
- Faisal, M. T. (2025). Transformasi Digital: Peran E-Commerce dalam Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. . *Jurnal Media Akademik (JMA)*.
- Fitria, T. N. (2025). E-Commerce Marketing Strategies: Exploring Promotional Tools in the Muslim Fashion Industry. . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Islam., K. &. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Penyebaran Nilai-nilai. (ResearchGate publication).
- Khadiq., P. I. (2023). Transformation of Islamic Religious Practices in the Digital Era: Opportunities and Challenges for Contemporary Da'wah. . *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*.
- M., A. S. (2025). Technology's Role in Reshaping the E-Commerce Landscape. . *AIRA Journal*.
- Mahmud., S. N. (2025). Digital Da'wah and Its Social Impact: A Qualitative Study of Muslim Content Creators. *International. Journal of Islamic Theology & Civilization*,.
- Melati. (2024). Peran E-Commerce dalam Mengembangkan Bisnis di Era Digital. . *Jurnal Dialoka*.
- Saini., Z. H. (2025). Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Syekh Yusuf Al-Qardawi: Relevansi dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *AQaduna . Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.
- Salsabila., M. N. (2025). Pemanfaatan Potensi E-Commerce pada Peningkatan Keragaman Bisnis Lokal di Sulawesi Selatan; Perspektif Transformasi Digital. . *Jurnal Teknologi untuk Masyarakat*.
- Salsabila., M. N. (2025). Pemanfaatan Potensi E-Commerce pada Peningkatan Keragaman Bisnis Lokal di Sulawesi Selatan; Perspektif Transformasi Digital. *Jurnal Teknologi untuk Masyarakat*.

- Silviawati, S. W. (2025). Peran E-Commerce dalam Transformasi Digital UMKM Indonesia: Kajian Literatur. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*.
- Syaifudin, A. (2025). E-Commerce dalam Transformasi Digital: Menciptakan Peluang Baru Berkelanjutan untuk Bisnis Modern. . *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*.
- Widjaya, M. A. (2025). Analisis Peran E-Commerce dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital. . *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi (EKONOM)*.