

Digitalisasi dalam Ekonomi Kreatif Halal: Peluang dan Tantangan (Studi Kasus Tokopedia Salam)

Tiara Ningrum¹, Drajat Stiawan², Yunita Lisnaningtyas Utami³

^{1,2}UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: tiaraningrum077@gmail.com¹, drajat.stiawan@uingusdur.ac.id²,

yunita.lisnaningtyasutami@uingusdur.ac.id³

ABSTRAK: Digitalisasi mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif halal di Indonesia dengan menghadirkan peluang bagi para pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi distribusi produk halal. Tokopedia Salam sebagai fitur e-commerce yang berfokus pada produk halal berperan dalam memfasilitasi transaksi yang aman dan sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan kemudahan akses bagi konsumen terhadap produk halal, meningkatkan transparansi informasi, dan mendukung kegiatan keagamaan melalui fitur ibadah dan sosial. Keaslian sertifikasi halal, pengawasan kualitas produk, dan edukasi konsumen menjadi tantangan yang masih perlu diatasi. Penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga sertifikasi halal dalam membangun ekosistem digital yang tepercaya dan berkelanjutan.

Kata kunci: Digitalisasi, Ekonomi Kreatif Halal, Tokopedia Salam, Produk Halal, E-commerce.

ABSTRACT: Digitalisation is driving the growth of the halal creative economy in Indonesia by presenting opportunities for businesses to expand market reach and improve the efficiency of halal product distribution. Tokopedia Salam as an e-commerce feature that focuses on halal products plays a role in facilitating transactions that are safe and in accordance with sharia principles. This research uses a qualitative method with a literature study approach. The results showed that digitalisation provides easy access for consumers to halal products, increases information transparency, and supports religious activities through worship and social features. The authenticity of halal certification, product quality control, and consumer education are challenges that still need to be overcome. This research emphasises the importance of collaboration between the government, businesses, and halal certification bodies in building a trusted and sustainable digital ecosystem.

Keywords: Digitalisation, Halal Creative Economy, Tokopedia Salam, Halal Products, E-commerce

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi pendorong utama dalam transformasi berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor ekonomi kreatif. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru bagi berbagai industri untuk beradaptasi dengan perubahan zaman, tidak terkecuali dalam industri produk halal. Di Indonesia, dengan mayoritas penduduk Muslim, permintaan terhadap produk halal terus meningkat, baik dalam kategori makanan, kosmetik, fashion, hingga produk-produk digital lainnya (Bangsawan, 2023). Kehadiran Tokopedia Salam memainkan peran penting dalam menjembatani produsen produk halal dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta mempermudah transaksi jual beli produk halal dengan cara yang lebih efisien.

Digitalisasi menjadi peluang yang luar biasa dalam mempertemukan permintaan dan penawaran produk halal. Fitur e-commerce seperti Tokopedia Salam, berperan besar dalam memudahkan konsumen untuk menemukan produk halal dengan

jaminan kualitas dan kehalalan. Digitalisasi memberikan akses yang lebih luas bagi pelaku industri kreatif halal untuk memasarkan, mengembangkan, dan mendistribusikan produk mereka tanpa terbatas oleh jarak atau lokasi geografis, memungkinkan mereka untuk meraih pasar yang lebih besar dan beragam (Noor et al., 2025) Namun, di balik peluang yang ditawarkan oleh digitalisasi, terdapat berbagai tantangan yang perlu dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif halal. Salah satu tantangan terbesar adalah memastikan bahwa produk yang dipasarkan benar-benar memenuhi standar halal yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan (Usmi et al., 2024). Kepercayaan konsumen menjadi hal yang sangat penting. Penyalahgunaan sertifikasi halal, ketidakpastian mengenai kualitas produk, serta kurangnya edukasi bagi konsumen tentang pentingnya memilih produk halal yang aman dan berkualitas menjadi tantangan yang memerlukan perhatian (Wahab & Ihsan, 2024). Selain itu, persaingan yang semakin ketat di dunia digital turut memberikan tantangan tersendiri. Tokopedia Salam harus mampu memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki keunggulan kompetitif, baik dari sisi harga, kualitas, maupun pengalaman berbelanja yang memuaskan.

Tokopedia Salam, sebagai salah satu Fitur besar dari Tokopedia, berfokus pada produk halal dan memberikan kemudahan bagi konsumen Muslim dalam memperoleh produk yang sesuai dengan syariat Islam. fitur ini berperan penting dalam memfasilitasi transaksi jual beli produk halal, dengan berbagai fitur yang mendukung kenyamanan dan keamanan konsumen, seperti sistem verifikasi halal, pengelolaan transaksi yang aman, serta berbagai opsi pembayaran yang transparan dan mudah (Fradesa et al., 2022). Tokopedia Salam turut berperan dalam memastikan bahwa produk halal yang dipasarkan di platform ini telah melewati proses verifikasi yang ketat, bekerjasama dengan lembaga sertifikasi halal yang diakui. Digitalisasi melalui platform seperti Tokopedia Salam juga mampu mendorong inovasi dalam pengembangan produk halal (Daulay et al., 2023). Para pelaku usaha dapat lebih mudah melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga mampu menghadirkan produk yang sesuai dengan selera pasar. Selain itu, pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media sosial dan fitur iklan digital untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta membangun loyalitas pelanggan melalui berbagai program promosi (Judijanto et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai peluang yang ada dalam ekonomi kreatif halal melalui digitalisasi serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif halal, khususnya dalam memanfaatkan platform digital. Melalui studi kasus Tokopedia Salam, penelitian ini menganalisis bagaimana platform tersebut dapat memberikan kontribusi dalam mendorong perkembangan ekonomi kreatif halal, serta bagaimana platform tersebut dapat menjadi model bagi pengembangan ekonomi kreatif halal di masa depan. Diharapkan artikel ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku industri, pemerintah, dan masyarakat dalam menghadapi peluang dan tantangan yang ada di pasar digital.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memadukan metode studi pustaka (literature review) dan observasi terbatas terhadap fitur Tokopedia Salam untuk menganalisis peluang serta tantangan dalam pengembangan ekonomi kreatif halal melalui platform digital. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber terpercaya, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan industri, artikel berita, publikasi resmi, serta hasil observasi langsung terhadap

penggunaan fitur Tokopedia Salam sebagai layanan e-commerce yang berfokus pada produk halal.

Analisis data dilakukan dengan metode sintesis dan interpretasi, di mana peneliti mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari sumber-sumber yang ada, kemudian mengelompokkan informasi berdasarkan kesamaan topik atau isu (Nartin et al., 2024). Penelitian ini akan membandingkan hasil temuan dari berbagai literatur yang ada untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak digitalisasi terhadap ekonomi kreatif halal, serta bagaimana Tokopedia Salam berperan dalam mempertemukan produsen dan konsumen di pasar produk halal. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menyajikan gambaran komprehensif tentang pengaruh dan peran digitalisasi dalam sektor ekonomi kreatif halal di Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Tokopedia Salam sebagai platform e-commerce pemasaran produk halal

E-commerce atau perdagangan elektronik saat ini telah menjadi bagian integral dari ekonomi digital di seluruh dunia. Di Indonesia, e-commerce tidak hanya menjadi sarana untuk berbelanja kebutuhan umum, tetapi juga berkembang menjadi platform yang memfasilitasi pemasaran berbagai jenis produk, termasuk produk halal. Salah satu contoh e-commerce yang mengembangkan platform khusus untuk produk halal adalah Tokopedia, dengan menghadirkan Tokopedia Salam sebagai solusi bagi konsumen yang mencari produk halal sesuai dengan syariat Islam (Munawir, n.d.).

Tokopedia Salam diluncurkan pada tahun 2019, merupakan platform yang didedikasikan untuk menyediakan produk halal dan layanan berbasis prinsip syariah (Mishbakhudin & Aisyah, 2021). Tokopedia Salam bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen, terutama bagi mereka yang mencari produk halal dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kebutuhan pangan, kesehatan, kosmetik, hingga keuangan (Fradesa et al., 2022). Fitur utama yang disediakan oleh Tokopedia Salam adalah filter halal, yang memudahkan pengguna untuk menyaring produk berdasarkan status kehalalan, sehingga hanya produk-produk yang telah terverifikasi yang akan ditampilkan di platform ini. Hadirnya Tokopedia Salam, Tokopedia memberikan solusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim yang menginginkan kepastian mengenai status kehalalan produk yang mereka konsumsi, baik untuk makanan, kosmetik, atau produk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa e-commerce tidak hanya berperan sebagai tempat untuk membeli barang, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan akses bagi masyarakat yang peduli akan prinsip syariah dalam memilih produk (Harto et al., 2024).

Tokopedia Salam menghadirkan berbagai fitur yang tidak hanya mempermudah konsumen dalam mencari produk halal, tetapi juga memberikan berbagai kemudahan yang mendukung kegiatan sehari-hari umat Muslim (Zainardi, 2022). fitur yang ditawarkan diantaranya yaitu terdapat fitur pencarian untuk berbagai kategori produk, seperti fashion Muslim, perlengkapan ibadah, peralatan rumah tangga, produk kesehatan, serta buku-buku agama yang dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang Islam. Tokopedia Salam juga menyediakan berbagai fitur yang bermanfaat untuk mendukung aktivitas ibadah dan kehidupan spiritual penggunanya. Salah satu fitur yang sangat membantu adalah fitur cek

jadwal sholat, yang memberikan informasi waktu sholat yang akurat sesuai dengan lokasi pengguna. Fitur lainnya adalah baca Al-Qur'an, yang memungkinkan pengguna untuk membaca teks suci Al-Qur'an secara digital dengan mudah, kapan saja dan di mana saja. Pengguna juga dapat memanfaatkan fitur cari masjid, yang akan menampilkan masjid terdekat sesuai dengan data provinsi dan kota atau kabupaten yang dimasukkan, sehingga memudahkan umat Muslim dalam mencari tempat ibadah yang terdekat dengan lokasi mereka. Tokopedia Salam juga menyediakan kumpulan doa-doa yang dapat dibaca oleh pengguna, serta memfasilitasi pengguna untuk mengakses Juz Amma dan menandai ayat-ayat favorit mereka dengan fitur "ayat favoritku". Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyimpan ayat-ayat yang memiliki makna khusus bagi mereka, sehingga bisa dengan mudah diakses kembali untuk dibaca atau direnungkan lebih lanjut. Tokopedia Salam tidak hanya berfungsi sebagai platform e-commerce untuk produk halal, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana untuk mendalami dan memperdalam agama Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Fitur baca Al-Qur'an pada Tokopedia Salam tidak hanya memungkinkan pengguna untuk membaca, tetapi juga memberikan akses ke berbagai konten yang bermanfaat, seperti ayat pilihan yang berisi dzikir harian, keutamaan dan anjuran membaca Al-Qur'an, prinsip akidah Islam, serta prinsip bermuamalah dalam Islam. Tokopedia Salam tidak hanya menyediakan berbagai fitur yang mendukung kegiatan ibadah, tetapi juga turut mendukung kegiatan sosial umat Muslim melalui beberapa fitur yang relevan, seperti fitur qurban, fidyah, zakat mal, donasi, dan wakaf. Fitur qurban pada Tokopedia Salam memudahkan pengguna untuk berpartisipasi dalam kegiatan ibadah qurban dengan informasi yang lengkap mengenai hukum, dalil, keutamaan dan syarat berqurban. Melalui fitur ini, pengguna dapat dengan mudah mengikuti proses qurban yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Selain fitur qurban, Tokopedia Salam juga menyediakan layanan untuk zakat Fitrah, zakat mal, fidyah, dan wakaf, yang memungkinkan pengguna untuk menunaikan kewajiban agama mereka secara praktis. Melalui platform ini, pengguna tidak hanya dapat memenuhi kewajiban zakat, tetapi juga mendapatkan peluang untuk berbuat kebajikan melalui donasi. Tokopedia Salam bekerja sama dengan berbagai lembaga pengelola kurban dan zakat untuk memastikan penyaluran dana yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan. Untuk qurban, Tokopedia Salam bekerja sama dengan lembaga-lembaga seperti Dompot Dhuafa, Bank Qurban, Baznas, Rumah Yatim, Palmyra International, dan Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), serta Rumah Zakat dan Human Initiative.

Tokopedia Salam bekerja sama dengan lembaga-lembaga terpercaya seperti Dompot Dhuafa, LAZ Al-Azhar, Baznas, NU Care-LAZISNU, Lazizmu, serta Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) dan Rumah Zakat dalam penyaluran zakat maal. Kerja sama ini memastikan bahwa dana zakat yang dikumpulkan dapat disalurkan kepada yang berhak sesuai dengan prinsip syariah dan dalam bentuk yang paling bermanfaat bagi penerima.

Tokopedia Salam juga menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga yang berfokus pada penyaluran donasi dan bantuan sosial. Daftar lembaga yang bekerja sama dengan Tokopedia sebagai penyalur donasi antara lain adalah: BenihBaik, Yayasan Tangan Pengharapan, Yayasan Anyo Indonesia, YCAB, WeCare.id, YPAC, Rumah Yatim, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa, Human Initiative, Baznas,

Kitabisa, NU Care-LAZISNU, dan LAZ Al-Azhar. Kerja sama dengan lembaga-lembaga ini memungkinkan Tokopedia Salam untuk memberikan peluang bagi penggunaannya untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial yang lebih luas, baik dalam bentuk donasi, bantuan sosial, maupun kontribusi untuk kegiatan kemanusiaan yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Melalui fitur-fitur ini, Tokopedia Salam tidak hanya menyediakan produk halal untuk kebutuhan sehari-hari, tetapi juga berperan aktif dalam mendukung pelaksanaan ibadah dan kegiatan sosial umat Muslim dengan cara yang lebih praktis dan efisien. Melalui berbagai fitur ini, Tokopedia Salam tidak hanya berfungsi sebagai platform e-commerce untuk produk halal, tetapi juga sebagai sarana untuk mendalami dan memperdalam agama Islam dalam kehidupan sehari-hari.

3.2 Pengaruh Media Sosial terhadap produk halal

Media sosial telah menjadi salah satu platform yang sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran media sosial memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk industri produk halal. Pertumbuhan pesat penggunaan media sosial, terutama di kalangan generasi muda, semakin banyak brand dan perusahaan yang memanfaatkannya untuk mempromosikan produk mereka. Media sosial berperan dalam membangun kesadaran konsumen, memperkenalkan produk baru, serta memberikan edukasi mengenai pentingnya produk yang sesuai dengan syariat Islam (Oktaviany & Hasbalah, 2023).

Pengaruh media sosial terhadap produk halal tidak hanya terbatas pada promosi, tetapi juga mencakup perubahan pola konsumsi masyarakat. Media sosial memberikan akses yang cepat dan mudah untuk mencari informasi mengenai berbagai produk halal. Misalnya, dengan menggunakan platform seperti Instagram, Twitter, atau Facebook, konsumen dapat dengan mudah menemukan informasi tentang sertifikasi halal, keunggulan produk, serta testimoni dari pengguna lain. Platform ini juga mempermudah produsen dalam berinteraksi langsung dengan konsumen, memperkenalkan produk halal secara lebih personal, dan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang kualitas dan kehalalan produk tersebut (Wulandari & Tumanggor, 2024).

Tokopedia, sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, memiliki peran yang sangat besar dalam memfasilitasi transaksi produk halal melalui media sosial. Tokopedia tidak hanya menyediakan tempat untuk berjualan, tetapi juga secara aktif mengintegrasikan penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran mereka. Melalui akun-akun resmi Tokopedia di media sosial, berbagai produk halal dapat ditemukan dan dipromosikan secara langsung kepada konsumen yang memiliki minat terhadap produk tersebut (Febriyanti & Satria, 2022). Pada Tokopedia Salam fitur-fitur sosial di platform mereka dimanfaatkan untuk mendekatkan penjual dengan pembeli, serta memberikan kesempatan bagi konsumen untuk memberikan ulasan produk yang dapat membantu pembeli lain dalam membuat keputusan. Keberadaan Tokopedia Salam memungkinkan produk halal untuk mendapat perhatian lebih luas, menjangkau audiens yang lebih besar, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal yang dijual. Tokopedia juga dapat memfasilitasi kampanye atau kolaborasi dengan influencer yang fokus pada lifestyle halal, yang tentunya semakin memperkenalkan produk halal kepada khalayak yang lebih luas.

Media sosial, menjadi jembatan yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk halal yang beragam, baik itu makanan, kosmetik, hingga berbagai produk

lainnya, ke pasar yang lebih luas dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memilih produk yang memenuhi kriteria halal (Yanti & Darwanto, 2021). Semakin berkembangnya tren belanja online dan semakin banyaknya pengguna media sosial, Tokopedia dapat memanfaatkan platform tersebut untuk memastikan produk halal yang dijual mendapatkan exposure yang maksimal melalui kolaborasi dengan influencer dan pemanfaatan algoritma yang canggih, media sosial menjadi alat yang sangat powerful untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen..

3.3 Keamanan dan Kenyamanan konsumen terhadap produk halal

Keamanan dan kenyamanan konsumen adalah dua aspek yang sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian, terutama dalam konteks produk halal (Khodijah et al., 2023), konsumen tidak hanya mencari produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, tetapi juga yang menjamin keamanan dan kenyamanan dalam proses pembelian. Produk halal, yang berarti bebas dari bahan atau proses yang dilarang oleh ajaran agama Islam, menjadi salah satu perhatian utama bagi konsumen yang mengutamakan aspek kehalalan dalam setiap produk yang mereka konsumsi (Sawalni & Ridwan, 2025). Keamanan produk halal berhubungan langsung dengan kepercayaan konsumen terhadap klaim bahwa suatu produk telah memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia. Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang, seperti alkohol, babi, atau bahan kimia berbahaya yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Keamanan produk halal sangat penting, terutama karena konsumen ingin memastikan bahwa apa yang mereka konsumsi tidak hanya sehat tetapi juga sesuai dengan syariat agama (Sahib & Ifna, 2024).

Keberadaan sertifikasi halal menjadi hal yang sangat penting. Tokopedia Salam berkomitmen untuk memberikan ruang bagi produk halal yang aman dan terjamin kualitasnya. Tokopedia Salam memastikan bahwa produk-produk yang dijual di platform mereka mematuhi standar tertentu dengan adanya sistem verifikasi penjual dan produk, termasuk sertifikasi halal. Konsumen dapat dengan mudah menemukan informasi terkait sertifikasi halal pada halaman produk, yang memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi.

Tokopedia juga memungkinkan konsumen untuk melihat ulasan dan rating dari pembeli sebelumnya, yang dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai kualitas dan keamanan produk yang ditawarkan (Ramadhani & Sanjaya, 2021). Tokopedia Salam bekerja sama dengan berbagai lembaga sertifikasi halal untuk memastikan bahwa produk yang dijual di platform mereka telah lulus uji kelayakan halal, sehingga konsumen tidak perlu khawatir tentang kehalalan produk yang mereka beli. Keberadaan produk halal yang aman di Tokopedia juga memberikan kenyamanan lebih, karena konsumen dapat dengan mudah mencari dan memilih produk yang sesuai dengan keyakinan dan kebutuhan mereka (Marhamah et al., 2024).

Kenyamanan konsumen dalam berbelanja online tidak hanya berkaitan dengan kemudahan navigasi dalam menggunakan platform, tetapi juga dengan kepercayaan terhadap kualitas produk yang dijual (Garamba & Nur, 2024). Tokopedia memahami pentingnya kenyamanan ini dan terus mengembangkan sistem yang memudahkan konsumen dalam menemukan produk halal yang mereka butuhkan. Fitur pencarian yang terorganisir dengan baik, kategori produk yang jelas, serta berbagai filter

pencarian memungkinkan konsumen untuk lebih mudah menemukan produk halal yang diinginkan pada fitur Tokopedia salam.

Tokopedia memberikan kenyamanan dengan menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran yang aman dan transparan. (Juhana et al., 2024). Pembayaran dapat melalui transfer bank hingga dompet digital, konsumen dapat memilih cara yang paling sesuai dengan preferensi mereka. Proses pengembalian barang yang mudah juga memberikan rasa aman bagi konsumen jika suatu produk yang dibeli tidak sesuai dengan harapan mereka. Tokopedia menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman dan bebas dari kekhawatiran, terutama bagi mereka yang mencari produk halal. Tokopedia juga mengedepankan kenyamanan dengan menghadirkan berbagai pilihan produk halal dari berbagai merek dan penjual, memberikan variasi produk yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kemudahan dalam berbelanja serta kemudahan dalam mengakses informasi produk halal membuat konsumen merasa lebih nyaman dalam membeli produk-produk tersebut. Penyalahgunaan sertifikasi halal, keterbatasan pengawasan terhadap kualitas produk, kurangnya edukasi konsumen, serta risiko terkait keamanan transaksi dan data pribadi, semuanya menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh platform e-commerce dalam memastikan keamanan dan kenyamanan konsumen terhadap produk halal (Widiarty, 2024). Tokopedia Salam harus terus berinovasi, meningkatkan sistem verifikasi dan kontrol kualitas, serta memberikan edukasi kepada konsumen sehingga Tokopedia Salam dapat terus menciptakan pengalaman belanja yang aman, nyaman, dan terpercaya bagi konsumen yang mencari produk halal.

4. KESIMPULAN

Digitalisasi telah membuka peluang besar bagi pengembangan ekonomi kreatif halal di Indonesia. Tokopedia Salam sebagai salah satu fitur e-commerce Tokopedia yang berfokus pada produk halal telah menjadi jembatan efektif antara produsen dan konsumen Muslim. Keberadaan fitur pencarian produk halal serta fasilitas pembayaran yang mudah memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi konsumen dalam memperoleh produk sesuai syariat Islam. Selain itu, fitur-fitur tambahan seperti jadwal sholat, baca Al-Qur'an, serta layanan zakat dan donasi memperkuat posisi Tokopedia Salam sebagai fitur e-commerce yang mendukung kebutuhan spiritual dan sosial umat Muslim. Namun, di balik peluang tersebut, terdapat tantangan yang harus dihadapi, seperti memastikan keaslian sertifikasi halal, menjaga kualitas produk, serta meningkatkan literasi konsumen terkait pentingnya produk halal. Persaingan ketat dalam dunia digital juga mengharuskan Tokopedia Salam terus berinovasi untuk mempertahankan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga sertifikasi halal menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem digital yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif halal secara berkelanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40.

Daulay, A. S., Imsar, I., & Harahap, R. D. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Digital

dalam Mendukung Industri Fashion Halal Di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 1035–1042.

- Febriyanti, S., & Satria, B. (2022). PROMOSI Dalam kegiatan e-commerce dalam perspektif islam. *El-Hekam*, 7(2), 233–240.
- Fradesa, F., Abadi, S. P., Maani, B., Hardi, E. A., & Sucipto, S. (2022). Fitur Shopee Barokah dan Tokopedia Salam: Inovasi Marketplace Halal Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Digital Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2893–2902.
- Garamba, Y., & Nur, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika| E-ISSN: 3063-9026*, 1(2), 27–37.
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Judijanto, L., Khaira, A., Astuti, P. T., & Yunus, K. (2024). *Manajemen Pemasaran Syariah*. PT. Penerbit Qriset Indonesia.
- Judijanto, L., MM, M., Sriwanti Belani, S. E., Sari Wiyanti, S. E., Utomo, B., Kel, S., Ali Muhajir, M. M., Rini Hadiyati, S. E., Mulya, N. P., & SE, M. M. (2024). *Manajemen pemasaran*. PT. Penerbit Qriset Indonesia.
- Juhana, D., Komara, A. T., Sidharta, I., & Suzanto, B. (2024). *Pengantar E-Commerce dan Platform Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Khodijah, S., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Implementasi Bauran Pemasaran Syariah Pada Kosmetik Berlabel Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perspektif Islam. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(6), 735–744.
- Marhamah, I., Nahda, D. A., Fitri, H. S., & Er-Rahman, K. A. (2024). Eksplorasi Fitur pada E-Commerce dalam Pengembangan Ekonomi Digital Berbasis Syariah di Indonesia. *JEKIS: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3).
- Mishbakhudin, M., & Aisyah, M. (2021). The E-Marketing Mix Strategy of Tokopedia Salam during the Covid-19 Pandemic. *International Research Journal of Business Studies*, 14(3).
- Munawir, D. (n.d.). *Pengaruh Halal Awareness dan Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia Salam*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta.
- Nartin, S. E., Faturrahman, S. E., Ak, M., Deni, H. A., MM, C. Q. M., Santoso, Y. H., SE, S., Paharuddin, S. T., Suacana, I. W. G., & Indrayani, E. (2024). *Metode penelitian kualitatif*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Noor, R. A. A. P., Juhari, J., & Zufriady, Z. (2025). PERAN PEMASARAN MEDIA ONLINE UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN UMKM. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 199–216.
- Oktaviany, M., & Hasbalah, F. Z. (2023). Menggali Dampak Revolusi Media Sosial Terhadap Industri Halal Di Indonesia. *JEMARI: Jurnal Edukasi Mahasiswa Sunan Giri*, 1(1), 57–67.
- Ramadhani, T., & Sanjaya, Vi. F. (2021). Pengaruh Rating Dan Online Consumer

- Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplaceshopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 155–174.
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 53–64.
- Sawalni, S., & Ridwan, A. H. (2025). TRANSPARANSI KEHALALAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DALAM PLATFORM E-COMMERCE: TELAHAH TAFSIR AL-MISBAH TERHADAP APLIKASI SHOPEE FOOD DAN GOFOOD. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 3(1), 1–12.
- Usmi, V., Nagara, S. H., Majestica, A., Sukmawati, S., & Lestarika, D. P. (2024). Hak atas Informasi bagi Konsumen terhadap Labelisasi Halal dan Non Halal pada Industri Kuliner. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2(1), 9.
- Wahab, F., & Ihsan, M. (2024). Perlindungan Konsumen dalam Industri Halal: Tinjauan UU No. 8 Tahun 1999 dari Perspektif Hukum Islam. *Journal of Islamic Finance and Syariah Banking*, 2(1), 43–57.
- Widiarty, W. S. (2024). *Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen dalam Mewujudkan Keadilan*. Publika Global Media.
- Wulandari, D. S., & Tumanggor, A. H. U. (2024). *Transformasi Digital pada Pasar Tradisional*. Penerbit NEM.
- Yanti, N. D., & Darwanto, D. (2021). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Digital Selling Terhadap Minat Beli Kosmetik Halal. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(01), 1–22.
- Zainardi, M. D. I. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Islam Unesa Terhadap Keputusan Pembelian Online di Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 97–107.