



Peluang Bisnis Digital Kaum Hawa Perspektif Al-Qur'an Menjadi Khadijah Milenial Di Era Globalisasi

Suyono, Gesta Lestari, Ayu Sumbari

STIT Internasional Muhammadiyah Batam

Suyono021@gmail.com, gestalestari01@gmail.com,

ayusumbari506@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan teknologi untuk pemberdayaan perempuan.¹ Hal tersebut menunjukkan bahwa membuka bisnis digital tidak memandang gender sehingga kaum hawa juga dapat ikut terlibat tanpa mengabaikan tugasnya sebagai seorang ibu. Menurut data, juga ditemukan bahwa 53,2% pengguna aplikasi untuk berbagi foto dan video di Indonesia adalah perempuan. Hal ini menjadi pendukung bahwa kaum hawa memiliki peluang untuk mengambil peran dalam bisnis digital. Data lain juga menemukan bahwa perempuan telah berkontribusi pada ekonomi kreatif sebanyak 64%.² Badan Pusat Statistik juga menyebutkan bahwa jumlah perempuan pekerja pada 2022 adalah 52,74 juta.

Kata Kunci: digital, kaum hawa, perspektif Al-qur'an

ABSTRACT

Use of technology to empower women. [Suarmini, N. W., Zahrok, S., & Agustin, D. S. Y. (2018). Opportunities and challenges for women's roles in the era of industrial revolution 4.0. *Science and Technology Journal of Proceedings Series*, (5), 48-53.] This shows that opening a digital business does not look at gender so that women can also get involved without neglecting their duties as mothers. According to the data, it was also found that 53.2% of application users for sharing photos and videos in Indonesia are women. This supports the fact that women have the opportunity to take a role in digital business. Other data also finds that women have contributed 64% to the creative economy. [Setiawati, R., & Hidayat, R. (2023). Digitalization in Promoting Women's Empowerment and a Post-Pandemic Creative Economy. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(08), 433-442.] The Central Statistics Agency also stated that the number of working women in 2022 will be 52.74 million.

Keywords: digital, women, Al-Qur'an perspective



¹ Suarmini, N. W., Zahrok, S., & Agustin, D. S. Y. (2018). Peluang dan tantangan peran perempuan di era revolusi industri 4.0. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (5), 48-53.

² Setiawati, R., & Hidayat, R. (2023). Digitalization in Promoting Women's Empowerment and a Post-Pandemic Creative Economy. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(08), 433-442.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi memengaruhi banyak aspek dari kehidupan manusia sehingga lahir istilah transformasi digital. Digitalisasi mencakup lingkup perekonomian, politik, pendidikan, bahkan ke bagian terkecil dari pribadi manusia yang menggunakannya.³ Perkembangannya dimulai dari revolusi industri 4.0 dimana teknologi menjadi tokoh utama sampai society 5.0 yang memberikan gagasan untuk menciptakan masyarakat yang diintegrasikan dengan teknologi canggih.⁴ Kemajuan teknologi membuka ruang bagi siapapun untuk terus berkembang dan mencari, khususnya dalam hal bisnis. Yang dibutuhkan hanya kreatifitas dan keberanian untuk memulai. Siapapun bisa menciptakan pasarnya sendiri di ruang digital tanpa harus memiliki toko fisik terlebih dahulu.⁵

Kemudahan berbisnis digital tidak hanya bisa dimanfaatkan oleh laki-laki, tapi juga perempuan. Lestari menyebutkan bahwa kesetaraan dalam akses dan penguasaan teknologi sudah menjadi isu global. Program Sustainable Development Goals (SDGs) menekankan pentingnya penggunaan teknologi untuk pemberdayaan perempuan.⁶ Hal tersebut menunjukkan bahwa membuka bisnis digital tidak memandang gender sehingga kaum hawa juga dapat ikut terlibat tanpa mengabaikan tugasnya sebagai seorang ibu.

³ Mu'awanah, S. (2022). Peluang Bisnis Bagi Wanita di Era Digital dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Keberhasilan Khadijah dalam Berbisnis. *Nida' Al-Qur'an*, 20(1), 39-40.

⁴ Ayub, M. R. S. S. N., Kristiyanto, W. H., Sudjito, D. N., Noviandini, D., Sudarmi, M., & Santhalia, P. W. (2022). Pembinaan Guru di SMA Swasta Kabupaten Wonosobo: Menuju Pembelajaran Abad 21 Society 5.0. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 330-340.

⁵ Fauziah, F., & Latief, A. (2021). Faktor kesuksesan pengusaha UMKM wanita Muslim pengguna kanal digital.

⁶ Suarmini, N. W., Zahrok, S., & Agustin, D. S. Y. (2018). Peluang dan tantangan peran perempuan di era revolusi industri 4.0. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (5), 48-53.

Menurut data, juga ditemukan bahwa 53,2% pengguna aplikasi untuk berbagi foto dan video di Indonesia adalah perempuan. Hal ini menjadi pendukung bahwa kaum hawa memiliki peluang untuk mengambil peran dalam bisnis digital. Data lain juga menemukan bahwa perempuan telah berkontribusi pada ekonomi kreatif sebanyak 64%.⁷ Badan Pusat Statistik juga menyebutkan bahwa jumlah perempuan pekerja pada 2022 adalah 52,74 juta.⁸ Melihat data dan peluang tersebut, penulis tertarik mengkaji tentang peluang bisnis digital bagi kaum hawa perspektif Al-Qur'an dengan menjadikan Siti Khadijah sebagai *role model* pengusaha sukses dari kaum hawa sebagaimana yang tercatat dalam tinta emas sejarah Islam. Bisnis digital didefinisikan sebagai bisnis yang memanfaatkan teknologi dalam menjalankannya, dimulai dari manusia yang terus menerus melakukan perkembangan teknologi sehingga terjadi digitalisasi.⁹ Konsep bisnis digital adalah mengintegrasikan antara aktivitas bisnis dengan penggunaan teknologi, khususnya internet. Bisnis digital meliputi setiap aspek dalam bisnis seperti kegiatan produksi, pemasaran produk, distribusi, penjualan hingga pelayanan pelanggan. Dalam bisnis digital, ada beberapa konsep baru seperti *e-commerce* yang menjadi salah satu pilar utama bisnis di era digital tempat menjual produk atau layanan secara *online* dan *digital marketing* yang merupakan tempat promosi dalam ruang digital seperti *website* dan media sosial.¹⁰

Dalam Islam, melakukan bisnis di ruang digital termasuk yang diperbolehkan dengan ketentuan sesuai hukum Islam, yaitu bisnis di ruang digital tidak melibatkan *maisir* (perjudian), tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian), tidak memproduksi atau memasarkan produk haram, dan tidak terdapat riba. Berkaitan dengan hal itu, Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah: 275.

⁷ Setiawati, R., & Hidayat, R. (2023). Digitalization in Promoting Women's Empowerment and a Post-Pandemi Creative Economy. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(08), 433-442.

⁸ Badan Pusat Statistik. (2023). *Perempuan Sebagai Tenaga Profesional 2022*. Diakses pada Kamis, 19 April 2024.

⁹ Febriana, H., Andita, K. V., Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2023). Peluang Bisnis Digital di Indonesia Pada Era Society 5.0. *Jurnalku*, 3(3), 365-374.

¹⁰ Kusuma, K. A. (2013). *Pengantar Bisnis Digital dalam Perspektif Islam*. Sidoarjo: UMSIDA Press.

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba...”

Dalam *Tafsir Al-Misbah*, ayat ini membahas terkait bagaimana Islam mencela para pelaku riba, bahkan mengancamnya.¹¹ Sementara menurut Ibn Katsir ayat tersebut merupakan kelanjutan dari ayat sebelumnya sebagai sanggahan terhadap protes yang diajukan oleh kaum Qurays. Mereka berpendapat bahwa jual beli dan riba adalah sama, padahal Allah telah menegaskan perbedaan antara keduanya.¹² Yusuf Qardawi dalam Hartini juga menyebutkan bahwa Islam tidak melarang perdagangan atau bisnis di media manapun dengan syarat adanya keadilan, tidak ada penipuan, dan tidak mempromosikan sesuatu yang haram.¹³ Al-Qur'an juga menjelaskan tujuan bisnis yaitu untuk meraih dua keuntungan, yaitu keuntungan dunia dan akhirat. Bisnis dalam Al-Qur'an diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu: bisnis yang memberikan keuntungan, bisnis yang rugi, dan pemeliharaan prestasi.¹⁴

Kemudian, ada beberapa prinsip etika bisnis dalam Islam yang dipenuhi oleh bisnis digital, salah satunya telah dianalisis dalam penelitian pada salah satu *marketplace* yaitu Tokopedia. Pertama, prinsip kejujuran, dimana kesesuaian antara barang yang di foto dengan yang dijual serta menuliskan deskripsi produk yang sesuai dengan keadaan barang. Kedua, prinsip ketepatan dimana mengirimkan barang sesuai apa yang pelanggan pesan, tepat waktu, dan menuruti kemauan pembeli sesuai kesepakatan. Ketiga, prinsip loyalitas dimana tidak membedakan siapa yang menjadi pembeli dan semua dilayani dengan baik. Keempat, prinsip kedisiplinan artinya

¹¹ Quraish Shihab. (2016). *Tafsir Al-Misbah*. Tangerang: Penerbit Lentera Hati.

¹² Ahmad Syakir. (2017). *Tafsir Ibn Katsir*. Jakarta: Darus Sunnah Press.

¹³ Hartini, S., & Fasa, M. I. (2022). Digital Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 197-206.

¹⁴ Linge, A., & Ahmad, U. S. (2016). Entrepreneurship Dalam Perspektif Alquran Dan Etnologi. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4(2), 1-17.

semua penjual mengikuti semua aturan yang ditetapkan oleh aplikasi dalam proses jual beli.¹⁵

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data kualitatif ini dilaksanakan dengan bentuk analisis data dari hasil catatan selama penelitian baik berupa catatan wawancara maupun catatan dokumentasi di lapangan. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Sumber data primer diperoleh langsung di lapangan dari sumber asli oleh orang yang melakukan penelitian. Adapun informan penelitian ini adalah guru dan siswa-siwi yang mengikuti proses belajar Bahasa Arab.

PEMBAHASAN DAN TEMUAN

1. Peluang Bisnis Digital Bagi Kaum Hawa

Digital society yang saat ini terus berkembang membuka peluang lebih besar untuk industri digital dan dapat dimasuki secara setara, termasuk oleh kaum hawa. Kehadiran bisnis dalam ruang digital telah mengurangi sebanyak 12,5% jenis pekerjaan yang pernah ada sebelumnya.¹⁶ Hal itu berarti, timbul jenis pekerjaan baru dalam ruang digital yang membuka pintu peluang untuk siapapun yang ingin memasukinya.

Satu syarat agar bisa mengambil peluang untuk berkontribusi dalam bisnis digital adalah dengan mempelajari literasi digital seperti proses pemasaran produk yang efisien melalui beberapa media sosial. Penjualan secara digital yang dapat dilakukan di dalam rumah juga menjadikan banyaknya pebisnis yang berasal dari kalangan perempuan. Hal tersebut dikarenakan bisnis digital menawarkan fleksibilitas waktu antara usaha dan urusan rumah tangga.¹⁷ Dengan tidak perlunya keluar rumah,

¹⁵ Estijayandono, K. D. (2019). Etika bisnis jual beli online dalam perspektif islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 53-68.

¹⁶ Ritonga, D. (2021). Kartini Masa Kini; Perempuan Tangguh di Era Digital. *Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 8(01), 33-49.

¹⁷ Mu'awanah, S. (2022). Peluang Bisnis Bagi Wanita di Era Digital dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Keberhasilan Khadijah dalam Berbisnis. *Nida' Al-Qur'an*, 20(1), 39-40.

wanita tetap bisa menjalankan bisnis dengan kemampuan digitalnya. Di sisi lain, wanita juga masih bisa memainkan perannya sebagai seorang istri atau ibu dalam keluarga.

Riset yang dilakukan oleh perusahaan jasa profesional *global Accenture* juga mendukung hal tersebut dimana wanita dinilai lebih mampu memanfaatkan kemajuan teknologi dibanding pria karena memiliki kecenderungan melakukan pekerjaan *multitasking* yang ditawarkan dalam proses digital saat ini. Selain itu, wanita juga dinilai memiliki kreativitas yang lebih dalam mengembangkan usahanya disebabkan oleh naluri wanita yang mampu membaca dinamika pasar di sektor bisnis.¹⁸ Selain kemampuan naluri, pada masa ini perempuan juga banyak mengenyam pendidikan sehingga mereka akan lebih terbuka dalam membaca peluang bisnis digital.

Banyaknya kaum hawa yang menyandang gelar sarjana membuat mereka juga akan mampu menguasai lapangan kerja sehingga mereka dapat menekuninya dalam sebuah profesi dan menjadikan mereka mandiri dari segi finansial. Pendidikan yang dimiliki kaum hawa bisa menjadi modal utama untuk ikut merebut peluang dalam dunia kerja.¹⁹ Selain pendidikan, bisnis digital juga memerlukan kreativitas, keunikan dalam pemasaran, dan juga kualitas produk yang baik.²⁰ Semua yang diperlukan dalam bisnis tersebut tidak hanya dimiliki oleh laki-laki, tapi juga oleh perempuan.

A. *Woman in Digital: Hukum Perempuan Berbisnis Perspektif Islam*

Islam adalah agama yang memberlakukan bekerja bagi semua orang tanpa memandang dia berjenis kelamin laki-laki atau perempuan. Hal itu sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surah An-Nahl: 97 yang berbunyi:

“Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya Kami berikan kepadanya kehidupan

¹⁸ Mu'awanah, S. (2022). Peluang Bisnis Bagi Wanita di Era Digital dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Keberhasilan Khadijah dalam Berbisnis. *Nida' Al-Qur'an*, 20(1), 39-40.

¹⁹ Susanti, L. D. (2019). Pandangan Islam Tentang Pilihan Kehidupan Wanita Karir Pada Era 4.0 Revolusi Industri. *SETARA: Jurnal Studi Gender dan Anak*, 1(01), 96-115.

²⁰ Febriana, H., Andita, K. V., Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2023). Peluang Bisnis Digital di Indonesia Pada Era Society 5.0. *Jurnalku*, 3(3), 365-374.

yang baik, dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan .”

Quraish Shihab menjelaskan bahwa pada ayat tersebut penyebutan gender laki-laki (*mudzakkar*) atau perempuan (*muannats*) menunjukkan penjelasan dari lafaz *man alladzi yufiidul ‘umum* (lafaz “man” yang diartikan sebagai keumuman lafaz. Kemudian, amal saleh dapat dimaknai dengan perbuatan yang dilakukan secara sadar untuk meraih manfaat dan menghindari mudarat. Sehingga ayat tersebut menawarkan konsep kesetaraan gender dan menegaskan bahwa prestasi individu dalam bidang apapun itu tidak mesti dikuasai oleh satu jenis kelamin tertentu.²¹ Dengan demikian, Islam juga menawarkan kesetaraan gender dalam dunia kerja.

Ayat lain juga memberikan redaksi yang general terkait perintah mencari nafkah seperti dalam surah Al-Jumu’ah: 10 dan Al-Mulk ayat 15. Selain itu juga ada kisah dari Zainab istri Abdullah bin Mas’ud dimana dia berkata pada Rasulullah dalam suatu riwayat:

“Wahai Rasulullah, saya adalah wanita yang memiliki keterampilan membuat sesuatu, sebagian di antaranya saya jual. Saya, suami, dan anak saya tidak memiliki sumber makan selain dari itu. Kemudian Rasul bersabda: “Kau mendapatkan pahala untuk nafkah yang kau berikan kepada mereka.”²²

Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa Islam membukakan pintu kesempatan kepada perempuan untuk bekerja sesuai dengan hukum Islam. Jika menelisik kembali pada histori Islam masa lalu, maka kita akan temukan Asmah, putri Abu Bakar yang membantu pekerjaan suaminya seperti memberi makan kuda, mengambilkan air, buah-buahan, dan sebagainya. Hal tersebut menunjukkan kebebasan pada perempuan untuk bekerja bukan penekanan dan membatasi hak-hak mereka dengan alasan tugas sebagai seorang istri atau ibu.

²¹ Solihatin, I. R. (2017). Konsepsi Al-Quran Tentang Perempuan Pekerja Dalam mensejahterakan Keluarga. *Jurnal Harkat: Media Komunikasi Gender*, 13(1), 38-48.

²² Fadhilah, E., & Hidayat, A. P. (2022). Tinjauan Islam Terhadap Perempuan Bekerja. *Syaksia: Jurnal Hukum Perdata Islam*, 23(2), 229-238.

Hal itu dinilai sebagai pemikiran Islam yang menekankan peran utama perempuan adalah pada tugas sebagai ibu dan pengasuh menyebabkan orang melabeli Islam sebagai agama patriarki.²³ Padahal di dalam Islam, kaum hawa diperbolehkan untuk terlibat aktif dalam berbagai aktivitas termasuk melakukan pekerjaan sesuai dengan minat dan bakatnya, baik dalam lingkup public, mandiri atau bekerja sama dengan orang lain. Namun, keterlibatan kaum hawa tetap harus berpijak pada norma agama dan susila sehingga mereka tetap terhormat, sopan, dan menjaga harga diri.²⁴

Terlebih lagi, pemanfaatan media sosial membuat kaum hawa lebih mudah untuk tetap patuh pada norma agama dan mampu menjaga harga dirinya dikarenakan adanya pilihan bertransaksi secara *online* sehingga mengurangi frekuensi pertemuan dengan konsumen atau mitra kerja laki-laki yang bukan mahram.²⁵ Fakta tersebut tentu memihak pada perempuan yang dulunya kesulitan keluar rumah karena takut tidak dapat menjaga diri dan bercampur baur dengan laki-laki dalam ruang kerja, tapi bisnis digital tidak membutuhkan pertemuan antara dua belah pihak.

Kemudian Quraish Shihab juga menjelaskan sebagaimana dikutip oleh Masripah bahwa perempuan mempunyai diizinkan untuk bekerja, selama pekerjaan tersebut dibutuhkan, serta pekerjaan dilakukan dalam keadaan wajar, sopan serta terhindar dari dampak negative. Zakiyah Darajad dalam Masripah juga mendukung pernyataan tersebut bahwa jika tersedia lapangan kerja yang cocok dengan perempuan, maka mereka memiliki hak untuk bekerja.²⁶ Banyak lapangan pekerjaan yang cocok dengan perempuan, salah satunya adalah bisnis digital.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Islam tidak membatasi kaum hawa dalam melakukan bisnis sesuai kemampuan. Kehadiran bisnis

²³ Baranik, L. E., Gorman, B., & Wales, W. J. (2018). What makes Muslim women entrepreneurs successful? A field study examining religiosity and social capital in Tunisia. *Sex Roles*, 78, 208-219.

²⁴ Mu'awanah, S. (2022). Peluang Bisnis Bagi Wanita di Era Digital dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Keberhasilan Khadijah dalam Berbisnis. *Nida' Al-Qur'an*, 20(1), 39-40.

²⁵ Ritonga, D. (2021). Kartini Masa Kini; Perempuan Tangguh di Era Digital. *Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 8(01), 33-49.

²⁶ Masripah, M., Nasrullah, Y. M., & Fatonah, N. (2022). Kebolehan Wanita Berkarir Dalam Pandangan Al-Quran. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 6(2), 843.

digital sebagai konsep baru juga membantu perempuan untuk tetap melakukan aktivitas di dalam rumah dan menjaga diri dari fitnah.

B. Meneladani Spirit Bisnis Khadijah bagi Kaum Hawa di Era Digital

Siti Khadijah adalah bukti nyata yang menunjukkan bahwa keberhasilan bukanlah hak mutlak milik satu gender saja, tetapi juga milik mereka yang memiliki keinginan kuat, kerja keras, dan percaya diri.²⁷ Khadijah telah membuktikan bahwa identitas sebagai seorang muslimah tidak menjadi pembatas potensi seseorang untuk berkembang dan meraih impiannya selagi individu tersebut masih memiliki harapan dan usaha untuk meraihnya.

Dalam dunia bisnis, Khadijah juga membuktikan bahwa menjadi pebisnis yang sukses bukan hal mustahil untuk kaum hawa. Khadijah sangat piawai dalam mengembangkan bisnisnya dengan cara mencari sumber daya manusia yang unggul berdasarkan kemampuan manajerialnya. Ia merupakan perempuan yang mampu meruntuhkan kebiasaan masyarakat Arab yang saat itu menegaskan keharusan wanita berada di rumah dan tidak disorot penting dalam masyarakat.²⁸

Kesuksesan dan keberhasilan Khadijah pada masa itu bisa dilakukan kembali oleh kaum hawa masa kini. Media digital memberikan peluang semakin besar bagi perempuan untuk melaksanakan bisnis mereka tanpa memikirkan persepsi masyarakat terkait perempuan yang harus bekerja di rumah karena bisnis digital memberikan kelebihan itu pada kaum hawa. Sebuah studi juga menemukan bahwa perempuan yang terjun dalam dunia bisnis sering berhasil meraih pendapatan yang cukup.

Dalam meraih dan memanfaatkan peluang tersebut, kaum hawa bisa berkaca pada bagaimana Khadijah dalam menjalankan bisnisnya. Terdapat beberapa cara

²⁷ Mais, R. G., & Wulaningsih, R. W. (2024). Siti Khadijah RA: Implementasi Prinsip Etika Islam Pengusaha Wanita. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1).

²⁸ Mu'awanah, S. (2022). Peluang Bisnis Bagi Wanita di Era Digital dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Keberhasilan Khadijah dalam Berbisnis. *Nida' Al-Qur'an*, 20(1), 39-40.

yang dapat dilakukan oleh perempuan era globalisasi untuk dapat menjadi perempuan versi Khadijah milenial pada masa ini. Cara-cara tersebut antara lain:

1. Membangun Jejaring Bisnis dengan Mitra Kerja yang Terpercaya

Dalam dunia digital, diperlukan mitra kerja untuk memperluas bisnis dan membangun relasi. Sayyidah Khadijah juga telah memberikan contoh dalam memilih mitra kerja yang dapat dipercaya, yaitu pada saat memilih Nabi Muhammad untuk menjualkan dagangannya. Khadijah memilih beliau sebagai *partner* bisnisnya karena mengetahui kejujuran Nabi Muhammad dalam berdagang yang tentunya selain menguntungkan dirinya sebagai pihak yang memiliki produk, tapi perilaku jujur itu juga disukai oleh calon pembeli sehingga meningkatkan penjualan.

Perilaku jujur akan berpengaruh juga pada kualitas pelayanan. Jika pelayanan yang diberikan berkualitas dan memenuhi harapan pembeli maka akan menciptakan keuntungan perusahaan dan loyalitas dari konsumen.²⁹ Jika dilihat pada dunia digital, maka memilih mitra kerja harus memastikan terlebih dahulu kejujuran seseorang yang akan dipilih agar tidak mengalami kerugian.

2. Memahami Segmentasi Pasar

Untuk mempertahankan laju usaha, diperlukan kemampuan untuk memahami algoritma pasar. Pengusaha harus memahami karakter masyarakat yang menjadi target pasar. Kemampuan tersebut menjadi pondasi kuat dalam *digital marketing* untuk menyesuaikan unggahan agar menaikkan atensi calon pembeli. Pada masa digital, pengusaha harus mengikuti tend media sosial karena akan memberikan pengetahuan terkait apa yang sedang disenangi masyarakat. Kemampuan tersebut yang perlu dimiliki oleh kaum hawa yang ingin berwirausaha.

Dalam hal ini, Khadijah memilih Rasulullah sebagai mitra kerja yang mampu memahami segmentasi pasar. Nabi Muhammad SAW melakukan segmentasi di semenanjung Arab Timur beberapa kali sebelum memulai usaha bisnisnya di bidang

²⁹ Afendi, A., Fitri, M., & Firdiyanti, S. I. (2022). Digitalisasi Bisnis Dalam Islam: Determinasi Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Market Place Shopee di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1124-1133.

perdagangan. Tujuan dilakukan perjalanan tersebut adalah untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang budaya, adat istiadat, hingga kebiasaan makan dan minum.³⁰ Pengetahuan tersebut akan memudahkan untuk menentukan strategi bisnis ke depannya. Pada era digital, memahami segmentasi pasar adalah dengan mengikuti *trend* di media sosial dan menyesuaikan produk yang dijual dengan kebutuhan dan minat pasar.

3. Integrasi Berbisnis dengan Prinsip Islam

Khadijah dalam menjalankan bisnisnya memiliki beberapa prinsip yang dia pegang. Prinsip pertama adalah tauhid berupa keyakinan atas agama terkait bahwa apa yang dilakukan mengacu pada agama. Membangun optimisme yang didasari kepercayaan kepada Allah menjadi penting. Kedua, prinsip motivasi mengabdikan diri kepada Allah. Ketiga, prinsip amanah yang menjadi kata kunci dalam keberhasilan bisnis karena kejujuran dan kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama. Prinsip kejujuran ini menjadi penting dalam jual beli sebagaimana Allah berfirman dalam surah Asy-Syu'ara: 181-182.

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.”

Keempat, prinsip aktualisasi diri yakni dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada pembeli ataupun *partner* kerja yang sudah saling percaya. Kelima, prinsip silaturahmi yang bisa disebut pada zaman sekarang seperti *networking* yang juga menjadi penting untuk mengembangkan usaha menjadi lebih luas ke berbagai penjuru. Keenam, prinsip beramal yang dicontohkan Khadijah adalah seluruh aktivitas dagangnya setelah menikahi Nabi Muhammad adalah untuk dakwah Islam.

³⁰ Hosen. (2023). Entrepreneurship in Islam: Analysis of Principles and Strategies and Concepts of Prophet Muhammad's Success in Trading. Ta'amul: Journal of Islamic Economics. 2(1), 67-83.

Selain itu, Khadijah juga tidak memiliki kebiasaan menimbun harta melainkan selalu bijak dalam mengelola hasil dagangannya.³¹

Dengan memahami bagaimana cara Khadijah berbisnis pada zamannya dan diintegrasikan dengan konsep bisnis digital, maka kaum hawa memiliki peluang untuk mengambil peran dalam ruang digital. Kesuksesan yang diraih Khadijah juga bisa kaum hawa raih pada masa kini dengan kesungguhan. Cara-caranya adalah dengan memilih mitra kerja yang dapat dipercaya, memahami segmentasi pasar, dan menerapkan prinsip Islam dalam berbisnis.

KESIMPULAN

Kemajuan teknologi yang terus berkembang melahirkan banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah dalam dunia bisnis. Bisnis digital hadir dengan segala kemudahannya, semua orang bisa ikut andil dalam meraih peluang serta manfaatnya. Bisnis digital juga tidak terkhusus untuk satu gender saja, sehingga kaum hawa juga bisa meraih peluangnya. Hal tersebut menjadi bisa karena kaum hawa juga menggunakan media sosial, pendidikan, dan kreativitas yang sama dengan laki-laki. Di dalam Islam, Sayyidah Khadijah menjadi contoh ideal kaum hawa dalam berbisnis. Untuk menjadi Khadijah milenial ada beberapa cara yang perlu dilakukan, antara lain memilih mitra kerja yang terpercaya, memahami segmentasi pasar, dan mengintegrasikan bisnis dengan prinsip Islam.

³¹ Mu'awanah, S. (2022). Peluang Bisnis Bagi Wanita di Era Digital dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Keberhasilan Khadijah dalam Berbisnis. *Nida' Al-Qur'an*, 20(1), 39-40.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N., & Saputro, E. P. (2015). Model sukses faktor wirausaha wanita. *Matrik*, 1, 188-198.
- Afendi, A., Fitri, M., & Firdiyanti, S. I. (2022). Digitalisasi Bisnis Dalam Islam: Determinasi Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Market Place Shopee di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1124-1133.
- Ayub, M. R. S. S. N., Kristiyanto, W. H., Sudjito, D. N., Noviandini, D., Sudarmi, M., & Santhalia, P. W. (2022). Pembinaan Guru di SMA Swasta Kabupaten Wonosobo: Menuju Pembelajaran Abad 21 Society 5.0. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 330-340.
- Badan Pusat Statistik. *Perempuan Sebagai Tenaga Profesional 2022*. Diakses pada Kamis, 19 April 2024.
- Baranik, L. E., Gorman, B., & Wales, W. J. (2018). What makes Muslim women entrepreneurs successful? A field study examining religiosity and social capital in Tunisia. *Sex Roles*, 78, 208-219.
- Estijayandono, K. D. (2019). Etika bisnis jual beli online dalam perspektif islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 53-68.
- Fadhilah, E., & Hidayat, A. P. (2022). Tinjauan Islam Terhadap Perempuan Bekerja. *Syaksia: Jurnal Hukum Perdata Islam*, 23(2), 229-238.
- Fauziah, F., & Latief, A. (2021). Faktor kesuksesan pengusaha UMKM wanita Muslim pengguna kanal digital.
- Febriana, H., Andita, K. V., Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2023). Peluang Bisnis Digital di Indonesia Pada Era Society 5.0. *Jurnalku*, 3(3), 365-374.

- Hartini, S., & Fasa, M. I. (2022). Digital Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 197-206.
- Hosen. (2023). Entrepreneurship in Islam: Analysis of Principles and Strategies and Concepts of Prophet Muhammad's Success in Trading. *Ta'amul: Journal of Islamic Economics*. 2(1), 67-83.
- Kusuma, K. A. (2013). *Pengantar Bisnis Digital dalam Perspektif Islam*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Linge, A., & Ahmad, U. S. (2016). Entrepreneurship Dalam Perspektif Alquran Dan Etnologi. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4(2), 1-17.
- Mais, R. G., & Wulaningsih, R. W. (2024). Siti Khadijah RA: Implementasi Prinsip Etika Islam Pengusaha Wanita. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1).
- Masripah, M., Nasrullah, Y. M., & Fatonah, N. (2022). Kebolehan Wanita Berkarir Dalam Pandangan Al-Quran. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 6(2), 843.
- Mu'awanah, S. (2022). Peluang Bisnis Bagi Wanita di Era Digital dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Keberhasilan Khadijah dalam Berbisnis. *Nida' Al-Qur'an*, 20(1), 39-40.
- Quraish Shihab. (2016). *Tafsir Al-Misbah*. Tangerang: Penerbit Lentera Hati.
- Ritonga, D. (2021). Kartini Masa Kini; Perempuan Tangguh di Era Digital. *Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 8(01), 33-49.
- Setiawati, R., & Hidayat, R. (2023). Digitalization in Promoting Women's Empowerment and a Post-Pandemi Creative Economy. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(08), 433-442.
- Solihatin, I. R. (2017). Konsepsi Al-Quran Tentang Perempuan Pekerja Dalam mensejahterakan Keluarga. *Jurnal Harkat: Media Komunikasi Gender*, 13(1), 38-48.
- Suarmini, N. W., Zahrok, S., & Agustin, D. S. Y. (2018). Peluang dan tantangan peran perempuan di era revolusi industri 4.0. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (5), 48-53.
- Susanti, L. D. (2019). Pandangan Islam Tentang Pilihan Kehidupan Wanita Karir Pada Era 4.0 Revolusi Industri. *SETARA: Jurnal Studi Gender dan Anak*, 1(01), 96-115.

Syakir, A. (2017). *Tafsir Ibn Katsir*. Jakarta: Darus Sunnah Press.