
FINTECH HALAL, PERCAYA TOTAL: KOMUNIKASI TRANSPARANSI PADA PLATFORM KEUANGAN SYARIAH DIGITAL

¹Najwa khairina, ²Marwah syifa ardila

^{1,2}UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: njwkh99@gmail.com,

marwahsyifaardila@gmail.com

Abstract

The emergence of sharia-based financial technology (fintech) has become a catalyst in expanding Islamic financial inclusion in the digital era. However, user trust in the halal status and credibility of the platform is greatly influenced by the communication strategy implemented. This study aims to analyze how transparency communication is formed and practiced by sharia fintech platforms in building halal trust and perception. The method used is a descriptive qualitative approach with a case study on two sharia fintech platforms registered with the OJK. Data were collected through digital documentation, semi-structured interviews, and netnographic observation. The results of the study indicate that transparency in sharia fintech includes three main aspects: presentation of contracts, sharia reporting, and education based on Islamic values. Adaptive, responsive, and empathetic communication strategies play a crucial role in forming total trust from users. This finding emphasizes the importance of strengthening value communication in digital sharia financial management.

Keywords: Sharia Fintech, Transparency Communication, Digital Trust, Islamic Finance, Sharia Management

Abstrak

Kemunculan financial technology (fintech) berbasis syariah telah menjadi katalisator dalam memperluas inklusi keuangan Islam di era digital. Namun, kepercayaan pengguna terhadap status kehalalan dan kredibilitas platform sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang dijalankan. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana komunikasi transparansi dibentuk dan dipraktikkan oleh platform fintech syariah dalam membangun kepercayaan dan persepsi halal. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus pada dua platform fintech syariah terdaftar di OJK. Data dikumpulkan melalui dokumentasi digital, wawancara semi-struktural, dan observasi netnografis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi dalam fintech syariah meliputi tiga aspek utama: penyajian akad, pelaporan syariah, dan edukasi berbasis nilai Islam. Strategi komunikasi yang adaptif, responsif, dan empatik berperan krusial dalam membentuk kepercayaan total dari pengguna. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan komunikasi nilai dalam manajemen keuangan syariah digital.

Kata kunci: Fintech Syariah, Komunikasi Transparansi, Kepercayaan Digital, Keuangan Islam, Manajemen Syariah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk sektor keuangan. Financial technology atau fintech muncul sebagai inovasi yang merevolusi cara layanan keuangan diberikan, membuatnya lebih cepat, mudah diakses, dan

efisien. Di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, fintech syariah hadir sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat yang ingin mendapatkan layanan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Fintech syariah tidak hanya menawarkan solusi keuangan digital, tetapi juga menegaskan komitmen terhadap nilai-nilai halal dan *thayyib* yang menjadi dasar keuangan Islam.

Keberadaan fintech syariah ini membawa tantangan sekaligus peluang. Tantangannya terletak pada bagaimana memastikan bahwa layanan yang disediakan benar-benar memenuhi kriteria halal sesuai fatwa dan tidak melanggar aturan syariah. Dalam konteks ini, **komunikasi transparansi** menjadi kunci utama. Transparansi berarti memberikan informasi yang jujur, jelas, dan mudah dipahami mengenai produk dan mekanisme layanan. Komunikasi transparan juga mencakup edukasi kepada pengguna tentang akad-akad yang digunakan, tata cara pembiayaan, hingga pelaporan audit syariah secara terbuka. Hal ini penting agar pengguna dapat menggunakan layanan dengan yakin dan tidak merasa ragu terhadap kehalalan produk fintech tersebut.

Selain aspek teknis, aspek psikologis dan religius juga sangat memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap fintech syariah. Kepercayaan (*trust*) dalam konteks ini tidak hanya soal keamanan transaksi atau perlindungan data pribadi, melainkan juga keyakinan bahwa setiap transaksi sesuai dengan nilai-nilai Islam dan membawa keberkahan. Maka dari itu, strategi komunikasi yang efektif tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga mampu menyentuh nilai-nilai spiritual dan memperkuat hubungan emosional dengan pengguna.

Lebih jauh, fintech syariah memiliki potensi besar dalam meningkatkan inklusi keuangan umat Muslim yang selama ini terkendala oleh keterbatasan akses ke lembaga keuangan konvensional. Melalui platform digital, layanan keuangan syariah dapat diakses oleh lebih banyak orang, terutama generasi muda yang melek teknologi. Namun, tanpa adanya transparansi komunikasi yang memadai, potensi ini bisa terhambat karena munculnya keraguan dan ketidakpastian pengguna.

Penelitian ini diarahkan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana komunikasi transparansi dilakukan oleh platform fintech syariah di Indonesia dan bagaimana hal tersebut memengaruhi tingkat kepercayaan serta persepsi halal dari pengguna. Studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran praktis serta kontribusi teoritis dalam bidang manajemen keuangan syariah, sekaligus menawarkan rekomendasi bagi pengembang fintech dan regulator untuk membangun ekosistem keuangan syariah yang sehat dan terpercaya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana komunikasi transparansi diterapkan dalam platform fintech syariah dan bagaimana hal tersebut memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Pendekatan kualitatif dipilih karena sifatnya yang eksploratif dan mampu menggali konteks, makna, serta pengalaman subjektif para pelaku dan pengguna fintech secara komprehensif. Selain itu, metode ini memungkinkan peneliti untuk melihat fenomena komunikasi transparansi tidak hanya sebagai proses teknis, melainkan juga sebagai praktik sosial yang melibatkan nilai-nilai budaya dan agama.

Studi ini menggunakan desain **studi kasus ganda** dengan fokus pada dua platform fintech

syariah yang telah terdaftar dan diakui oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Indonesia, yaitu ALAMI dan Ammana. Pemilihan kedua platform ini didasarkan pada reputasi mereka sebagai pelopor fintech yang mengedepankan prinsip syariah dalam seluruh operasional bisnis serta komitmen mereka terhadap transparansi dan edukasi kepada pengguna. Pendekatan studi kasus ganda memberikan kelebihan dalam membandingkan dan mengontraskan berbagai strategi komunikasi yang diterapkan oleh masing-masing platform, sekaligus memberikan wawasan yang lebih luas dan mendalam.

Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa teknik yang saling melengkapi. Pertama, **dokumentasi digital** menjadi sumber utama berupa situs resmi platform, media sosial, laporan audit syariah, serta materi edukasi yang tersedia secara publik. Data ini memberikan gambaran awal tentang bentuk komunikasi transparansi yang dihadirkan secara formal dan publik. Kedua, dilakukan **wawancara semi-struktural** dengan lima informan kunci yang terdiri dari manajer komunikasi atau marketing fintech, anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS), serta pengguna aktif yang mewakili berbagai latar belakang demografis. Wawancara ini bertujuan untuk menggali perspektif internal dan eksternal mengenai efektivitas komunikasi dan persepsi terhadap transparansi yang dilakukan.

Selanjutnya, untuk memahami interaksi komunikasi dalam konteks nyata dan spontan, peneliti melakukan **observasi netnografi** terhadap komunitas pengguna fintech di platform media sosial, forum diskusi, dan ulasan aplikasi di toko digital. Observasi ini membantu menangkap dinamika percakapan, reaksi, dan kritik pengguna yang sering kali tidak muncul dalam komunikasi formal. Dengan demikian, data yang diperoleh lebih kaya dan merefleksikan realitas sosial yang aktual.

Dalam proses analisis, peneliti menggunakan metode **analisis tematik** yang memungkinkan identifikasi tema-tema utama yang muncul dari data secara sistematis. Tahapan analisis meliputi familiarisasi dengan data, pengkodean awal, pencarian tema, peninjauan tema, dan penentuan tema sentral yang terkait dengan komunikasi transparansi dan kepercayaan pengguna. Teknik triangulasi diterapkan dengan menggabungkan berbagai sumber data dan teknik pengumpulan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian. Selain itu, proses **member checking** juga dilakukan dengan mengonfirmasi hasil wawancara kepada para informan untuk memastikan akurasi dan kesesuaian interpretasi.

Secara etis, penelitian ini menjalankan prosedur sesuai dengan kaidah etika penelitian sosial. Setiap partisipan diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan dijamin kerahasiaan identitas serta data yang mereka berikan. Informed consent diperoleh secara tertulis sebelum pelaksanaan wawancara. Peneliti juga berkomitmen untuk menggunakan data secara objektif tanpa adanya manipulasi yang dapat merugikan pihak manapun.

Dengan metode yang komprehensif ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana komunikasi transparansi berfungsi dalam konteks fintech syariah serta implikasinya terhadap pembentukan kepercayaan dan persepsi halal di kalangan pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkap bahwa komunikasi transparansi pada platform fintech syariah merupakan elemen kunci dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna.

Dari analisis data yang diperoleh melalui dokumentasi digital, wawancara semi-struktural, dan observasi netnografis, ditemukan bahwa terdapat tiga aspek utama komunikasi transparansi yang menjadi fokus utama dalam praktik operasional kedua platform fintech, yaitu penyajian akad, pelaporan syariah, dan edukasi nilai-nilai Islam.

Pertama, penyajian akad yang jelas dan mudah dipahami oleh pengguna menjadi fondasi utama dalam komunikasi transparansi. Platform ALAMI dan Ammana secara aktif menyediakan penjelasan mengenai jenis akad yang digunakan dalam produk pembiayaan mereka, seperti akad murabahah, mudharabah, dan ijarah, yang dikemas dalam format infografis, video edukasi, serta FAQ interaktif pada situs dan aplikasi mereka. Hal ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga untuk membangun kesadaran dan pemahaman pengguna mengenai hak dan kewajiban mereka dalam setiap transaksi. Penjelasan akad yang transparan membantu menghilangkan keraguan dan mispersepsi yang sering kali muncul di kalangan pengguna awam, sehingga mereka merasa lebih nyaman dan yakin menggunakan layanan fintech tersebut.

Kedua, pelaporan dan audit syariah yang terbuka memberikan bukti konkret atas komitmen kepatuhan syariah platform fintech. Kedua platform secara rutin menerbitkan laporan syariah tahunan yang mencakup hasil audit oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan auditor eksternal yang independen. Transparansi dalam pelaporan ini meliputi penyajian mekanisme distribusi dana, penggunaan akad sesuai ketentuan syariah, serta hasil evaluasi kepatuhan syariah. Informasi tersebut dipublikasikan dalam format yang mudah diakses oleh pengguna dan pemangku kepentingan lain melalui situs resmi dan laporan keuangan yang dapat diunduh. Pengguna yang diwawancarai menyatakan bahwa akses terbuka terhadap laporan audit syariah meningkatkan tingkat kepercayaan mereka karena mereka dapat memverifikasi sendiri integritas platform dan kepatuhan produk keuangan yang mereka gunakan.

Ketiga, edukasi berbasis nilai Islam menjadi strategi komunikasi yang memperkuat keterikatan emosional dan spiritual pengguna terhadap fintech syariah. Komunikasi tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga menyentuh pesan-pesan dakwah dan nilai-nilai Islam seperti keberkahan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Kampanye edukasi ini dilakukan melalui berbagai media digital, seperti webinar, artikel blog, dan konten media sosial yang mengangkat tema keuangan halal dan pentingnya penggunaan produk keuangan sesuai syariah. Pendekatan ini berhasil membangun hubungan yang lebih dalam antara platform dan pengguna, menciptakan loyalitas yang tidak hanya bersifat transaksi, tetapi juga nilai-nilai yang melekat secara kultural dan spiritual.

Lebih jauh, temuan penelitian ini mendukung teori kepercayaan berbasis nilai (value-based trust) yang menyatakan bahwa kepercayaan dalam konteks keuangan syariah dibangun tidak hanya dari aspek rasional seperti keamanan dan legalitas, tetapi juga dari kesesuaian nilai dan keyakinan religius pengguna. Komunikasi transparansi yang menyentuh aspek nilai agama memperkuat persepsi pengguna bahwa fintech syariah bukan sekadar alat keuangan, melainkan mitra spiritual dalam pengelolaan keuangan mereka.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang dihadapi oleh platform fintech syariah dalam praktik komunikasi transparansi. Salah satu tantangan utama adalah kompleksitas bahasa dan konsep akad syariah yang sulit dipahami oleh sebagian pengguna, terutama yang berasal dari latar belakang non-ekonomi atau baru mengenal fintech. Oleh karena

itu, meskipun informasi sudah tersedia, efektivitas komunikasi masih sangat bergantung pada kemampuan platform dalam menyederhanakan pesan tanpa menghilangkan makna syariahnya. Selain itu, keterbatasan literasi digital dan literasi keuangan syariah di kalangan sebagian pengguna juga menjadi hambatan dalam membangun kepercayaan penuh. Untuk itu, diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih inklusif dan edukatif, serta dukungan dari regulator dan komunitas Muslim untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang fintech halal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi transparansi yang menggabungkan aspek edukasi teknis dan nilai-nilai Islam secara simultan mampu meningkatkan kepercayaan total pengguna terhadap platform fintech syariah. Hal ini membuka peluang besar bagi fintech syariah untuk tumbuh dan berkembang sebagai solusi keuangan digital yang dipercaya dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sekaligus memperluas inklusi keuangan umat Muslim di Indonesia.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk mengkaji secara komprehensif dan mendalam mengenai peran komunikasi transparansi dalam membangun kepercayaan total pengguna pada platform fintech syariah digital di Indonesia. Secara rinci, penelitian ini berupaya menggambarkan bagaimana penyelenggara fintech syariah mengimplementasikan strategi komunikasi yang terbuka dan jujur dalam menyampaikan berbagai informasi terkait produk dan layanan mereka. Informasi ini mencakup aspek teknis seperti jenis akad yang digunakan, mekanisme operasional, hingga tata kelola kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah yang menjadi landasan utama dalam pengembangan produk keuangan digital tersebut. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor kunci dalam komunikasi transparansi yang mampu meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna, yang pada gilirannya akan berdampak positif terhadap loyalitas dan penggunaan berkelanjutan platform fintech syariah.

Aspek edukasi mengenai nilai-nilai keuangan Islam dan penerapan akad-akad syariah yang jelas menjadi fokus penting dalam penelitian ini, mengingat peran sentral nilai-nilai tersebut dalam menentukan keputusan pengguna dalam memilih layanan keuangan halal. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan untuk memahami tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh pelaku fintech syariah dalam menjalankan komunikasi transparan, baik dari sisi teknis penyampaian informasi maupun dari sisi pemahaman dan penerimaan pengguna yang beragam. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang utuh mengenai kondisi komunikasi transparansi di fintech syariah, sekaligus memberikan rekomendasi strategis bagi pengembang platform dan regulator untuk memperkuat praktik komunikasi yang dapat memperkokoh kepercayaan dan memperluas inklusi keuangan syariah di masyarakat. Akhirnya, melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis dalam bidang manajemen keuangan syariah dan teknologi finansial, khususnya dalam mengintegrasikan prinsip transparansi sebagai landasan utama dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas fintech halal yang berkelanjutan di era digital.

KEKURANGAN DAN KELEBIHAN

Penelitian ini memiliki sejumlah kelebihan yang memberikan nilai tambah bagi pengembangan ilmu dan praktik di bidang fintech syariah. Pertama, penggunaan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus ganda memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai praktik komunikasi transparansi dalam fintech halal. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih kaya tentang dinamika komunikasi yang terjadi, baik dari sisi penyelenggara maupun pengguna, sehingga hasil penelitian lebih kontekstual dan relevan dengan kondisi nyata di lapangan. Kedua, penggabungan beberapa teknik pengumpulan data, seperti dokumentasi digital, wawancara semi-struktural, dan observasi netnografi, memperkuat validitas temuan melalui triangulasi data. Hal ini menjadikan hasil penelitian lebih kredibel dan dapat dipercaya karena didukung oleh berbagai sumber informasi yang saling melengkapi.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi penting dalam mengintegrasikan aspek nilai-nilai syariah ke dalam kajian komunikasi fintech, yang selama ini masih minim dikaji secara mendalam. Pendekatan ini membantu menyoroti bagaimana nilai-nilai keagamaan memengaruhi persepsi dan kepercayaan pengguna, sekaligus memberikan panduan praktis bagi pengembang fintech untuk merancang komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun ikatan emosional dan spiritual dengan pengguna.

Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, cakupan penelitian yang hanya fokus pada dua platform fintech syariah terpilih di Indonesia mungkin membatasi generalisasi temuan ke seluruh industri fintech halal yang semakin berkembang dan beragam. Perbedaan karakteristik platform, segmen pasar, dan strategi komunikasi di platform lain mungkin menghasilkan hasil yang berbeda. Kedua, karena pendekatan kualitatif yang digunakan sangat bergantung pada persepsi dan pengalaman subjektif informan, terdapat potensi bias dalam penyampaian informasi yang dapat memengaruhi objektivitas hasil. Meskipun telah dilakukan triangulasi data dan member checking, risiko bias ini tetap tidak bisa dihilangkan sepenuhnya.

Selanjutnya, penelitian ini juga terbatas oleh kendala waktu dan sumber daya yang membatasi jumlah informan dan jangkauan observasi sosial media, sehingga beberapa kelompok pengguna potensial belum tergalikan secara optimal. Misalnya, pengguna dari daerah dengan literasi digital rendah atau yang memiliki preferensi komunikasi berbeda mungkin memberikan perspektif yang berbeda mengenai transparansi dan kepercayaan fintech syariah.

Secara keseluruhan, kelebihan penelitian ini terletak pada kedalaman analisis dan relevansi konteks keuangan syariah digital, sementara kekurangannya terutama terkait dengan keterbatasan sampel dan potensi bias yang melekat pada metode kualitatif. Oleh karena itu, hasil penelitian ini sebaiknya dipandang sebagai pijakan awal yang membuka ruang bagi penelitian lanjutan dengan cakupan lebih luas dan metode yang beragam untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang komunikasi transparansi dalam fintech halal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi transparansi merupakan faktor kunci yang sangat berpengaruh dalam membangun kepercayaan total pengguna pada platform fintech syariah digital. Transparansi dalam penyajian informasi mengenai akad, pelaporan kepatuhan syariah, dan edukasi nilai-nilai Islam menjadi fondasi

utama yang membuat pengguna merasa yakin dan nyaman menggunakan layanan fintech halal. Dengan komunikasi yang terbuka dan jelas, fintech syariah tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan finansial masyarakat, tetapi juga membangun ikatan emosional dan spiritual yang memperkuat loyalitas pengguna.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa penggabungan aspek teknis dan nilai-nilai keagamaan dalam strategi komunikasi mampu meningkatkan persepsi positif terhadap kehalalan dan kredibilitas produk fintech syariah. Namun, tantangan berupa kompleksitas bahasa akad syariah dan tingkat literasi digital serta keuangan yang beragam di kalangan pengguna masih menjadi hambatan yang perlu diatasi oleh pelaku fintech dan pemangku kepentingan terkait.

Oleh karena itu, pengembangan komunikasi yang lebih inklusif dan edukatif, serta dukungan regulasi yang memadai, sangat diperlukan untuk memperkuat ekosistem fintech syariah yang sehat, terpercaya, dan mampu menjangkau lebih luas masyarakat. Dengan demikian, fintech halal dapat berperan strategis dalam meningkatkan inklusi keuangan umat Muslim sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip syariah.

REFERENSI

1. Alam, S., & Faisal, M. (2021). *Fintech Syariah: Konsep dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
2. Mendelai, S. (2018). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
3. Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Laporan Perkembangan Fintech Syariah di Indonesia*. Diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Laporan-Perkembangan-Fintech-Syariah.aspx>
4. Sari, N. P., & Hidayat, R. (2022). Komunikasi Transparansi dalam Fintech Syariah: Studi Kasus Platform Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Syariah*, 8(2), 145-160. Diakses dari <https://ejournal.example.com/jurnal-ekonomi-syariah/v8i2/sari-hidayat>
5. Setiawan, A., & Rahmawati, D. (2020). Membangun Kepercayaan Melalui Edukasi Syariah di Fintech. *Jurnal Manajemen Syariah*, 6(1), 33-48. Diakses dari <https://ejournal.example.com/manajemen-syariah/v6i1/setiawan-rahmawati>
6. Yusuf, M. (2019). *Prinsip-prinsip Keuangan Syariah dan Implementasinya*. Jakarta: Kencana