

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah, sebagai institusi keuangan yang mengacu pada prinsip-prinsip Islam, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Namun, dalam perjalanannya, perbankan syariah juga menghadapi sejumlah tantangan unik yang perlu diatasi. Di tengah era digital yang semakin pesat, platform jejaring sosial muncul sebagai alat yang potensial untuk membantu mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Perkembangan pesat platform jejaring sosial telah mengubah lanskap komunikasi dan pemasaran. Dalam konteks perbankan syariah di Indonesia, platform ini menawarkan potensi besar untuk meningkatkan inklusi keuangan.¹

Platform jejaring sosial telah merevolusi cara kita berinteraksi dan mengakses informasi. Dalam konteks perbankan islam, platform ini menawarkan peluang besar untuk mengatasi tantangan tradisional seperti kurangnya kesadaran produk, jangkauan terbatas, dan kompleksitas transaksi. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana fitur-

¹ Abdul Rachman Abdul and others, 'Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia', *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5.2 (2022), 352–65
<[https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9505](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9505)>.

fitur interaktif dan personalisasi dari platform jejaring sosial dapat digunakan untuk mempromosikan produk perbankan syariah, membangun kepercayaan dengan nasabah, serta memberikan layanan yang lebih cepat dan efisien.²

Platform jejaring sosial menawarkan potensi besar bagi industri perbankan Islam. Fitur-fitur interaktif yang dimiliki platform ini, seperti kemampuan untuk berbagi informasi, berinteraksi secara real-time, dan membangun komunitas, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan *engagement* dengan nasabah, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan layanan yang lebih personal. Selain itu, platform jejaring sosial juga dapat menjadi sarana yang efektif untuk melakukan edukasi keuangan kepada masyarakat, sehingga meningkatkan literasi keuangan dan minat masyarakat terhadap produk perbankan Islam. Penelitian ini akan mengeksplorasi lebih lanjut potensi-potensi yang ditawarkan oleh platform jejaring sosial bagi perbankan Islam.³

Namun, di tengah pesatnya kemajuan teknologi informasi dan transformasi digital global, perbankan syariah menghadapi sejumlah tantangan yang kompleks. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana institusi keuangan syariah

² Riska Armayani and others, 'Strategis Pemasaran Produk Bank Syariah Pada Gen Z Di Era Vuca Perspektif Hukum Ekonomi Syariah', *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1.4 (2024), 26–32.

³ Lutfi Lutfi and Vita Prihatiningrum, 'Social Media, Islamic Financial Literacy, and Islamic Banking Product Ownership: A Moderating Model', *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11.1 (2023), 35–57 <<https://doi.org/10.18860/ed.v11i1.17803>>.

dapat secara mandiri. Platform jejaring sosial, yang awalnya hanya berfungsi sebagai media komunikasi informal, kini telah bertransformasi menjadi alat strategi dalam berbagai sektor, termasuk perbankan. Melalui fitur interaktif seperti live chat, konten edukatif, kampanye digital, hingga komunitas daring, platform ini memiliki potensi besar untuk membangun keterlibatan yang lebih kuat dengan nasabah, memperluas jangkauan layanan, serta meningkatkan literasi keuangan masyarakat secara inklusif dan efisien.⁴

Namun, masih terdapat tantangan dalam memanfaatkan platform jejaring sosial secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana bank syariah di Indonesia dapat memanfaatkan fitur-fitur media sosial yang dimiliki oleh bank syariah Indonesia untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan minat generasi muda terhadap produk perbankan syariah. Studi kasus akan dilakukan pada bank syariah Indonesia yang aktif di Instagram, facebook, tik-tok, twiterr (X) dengan fokus pada analisis konten, *engagement*, dan dampak terhadap citra merek

Platform jejaring sosial telah merevolusi cara kita berinteraksi dan mengakses informasi. Dalam konteks perbankan islam, platform ini menawarsn peluang besar untuk mengatasi tantangan tradisional seperti kurangnya

⁴ Slamet Hidayat, Nurwahidin Nurwahidin and Nurul Huda, 'The Role of Digital Marketing in Enlarging Islamic Banking Market Share in Indonesia', 2020, 201–16 <<https://doi.org/10.4108/eai.6-11-2019.2297270>>.

kesadaran produk, jangkauan terbatas, dan kompleksitas transaksi. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana fitur-fitur interaktif dan personalisasi dari platform jejaring sosial dapat digunakan untuk mempromosikan produk perbankan syariah, membangun kepercayaan dengan nasabah, serta memberikan layanan yang lebih cepat dan efisien.⁵

Platform jejaring sosial menawarkan potensi besar bagi industri perbankan Islam. Fitur-fitur interaktif yang dimiliki platform ini, seperti kemampuan untuk berbagi informasi, berinteraksi secara real-time, dan membangun komunitas, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan *engagement* dengan nasabah, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan layanan yang lebih personal. Selain itu, platform jejaring sosial juga dapat menjadi sarana yang efektif untuk melakukan edukasi keuangan kepada masyarakat, sehingga meningkatkan literasi keuangan dan minat masyarakat terhadap produk perbankan Islam. Penelitian ini akan mengeksplorasi lebih lanjut potensi-potensi yang ditawarkan oleh platform jejaring sosial bagi perbankan Islam

Dalam beberapa tahun terakhir, Bank Syariah Indonesia (BSI) mengalami sejumlah fenomena yang muncul di jejaring media sosial, terutama terkait dengan keamanan layanan digital mereka. Puncaknya terjadi pada tahun 2023, ketika

⁵ Iwa Kuchciak and Justyna Wiktorowicz, 'Empowering Financial Education by Banks—Social Media as a Modern Channel', *Journal of Risk and Financial Management*, 14.3 (2021) <<https://doi.org/10.3390/jrfm14030118>>.

layanan perbankan BSI sempat terhenti selama kurang lebih lima hari. Kejadian ini menimbulkan kekecewaan dan keluhan dari para nasabah yang merasa terganggu dalam melakukan transaksi keuangan. Insiden tersebut diketahui merupakan akibat dari serangan siber jenis *ransomware*, yaitu serangan di mana peretas mengenkripsi data *ransomware* seperti ini dapat meminimalkan dampaknya apabila institusi memiliki sistem pencadangan data yang memadai. Namun, dalam praktiknya, beberapa kelompok peretas, seperti LockBit dan Conti, tidak hanya mengenkripsi data, tetapi juga mencurinya sebelum menuntut tebusan. Dengan demikian, risiko kebocoran data semakin besar, bahkan setelah data berhasil diverifikasi.⁶

Dalam laman Instagram @banksyariahindonesia menjelaskan bahwa terjadinya lumpuhnya yang terjadi dalam beberapa hari ini dikarenakan bank syariah Indonesia tengah melakukan perawatan sistem. BSI pun meminta maaf atas ketidaknyamanan para nasabah.

Dampak dari lumpuhnya bank syariah Indonesia selama lima hari berturut turut membuat warga Aceh ingin bank konvensional kembali. Dampak lumpuhnya layanan BSI sangat dirasakan di Aceh, tempat bank tersebut menjadi salah satu dari sedikit pilihan setelah bank-bank konvensional di

⁶ Nurul Monika Larasati and Rayyan Firdaus, 'Analisis Bahaya Serangan Ransomware Terhadap Layanan Perbankan', *Merkurius : Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika*, 2.4 (2024), 102–9 <<https://doi.org/10.61132/merkurius.v2i4.151>>.

sana tutup pada pertengahan 2021. Bahkan, sedemikian parahnya gangguan layanan BSI, beberapa anggota DPR Aceh menyerukan agar bank konvensional kembali ke Aceh.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana peran platform jejaring sosial media dalam menghadapi tantangan tantangan yang ada pada perbankan syariah, bagaimana bank syariah Indonesia melayani nasabah melalui media sosial yang mereka miliki (Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter). enSehingga peneliti dapat memberikan judul ***“MEMAHAMI PERAN PLATFORM JEJARING SOSIAL DALAM TANTANGAN PERBANKAN SYARIAH”***

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Bank Syariah dapat memahami UGC (*User Generated Content*) ?
2. Bagaimana UGC dapat meningkatkan niat dan ketertarikam nasabah terhadap bank syariah ?
3. Bagaimana bank syariah dapat melihat merk pasar melalui UGC?
4. Bagaimana paltfrom bank syariah dapat meningkatkan pemahaman nasabah tentang UGC?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan memahami bagaimana Bank Syariah dapat mengidentifikasi, menafsirkan, dan

memanfaatkan konten yang dihasilkan oleh pengguna (*User Generated Content*) dalam rangka meningkatkan layanan, reputasi, dan keterlibatan dengan nasabah.

2. Mengidentifikasi jenis *User Generated Content* (UGC) yang digunakan oleh nasabah Bank Syariah, serta menganalisis bagaimana UGC tersebut memengaruhi persepsi, ketertarikan, dan niat nasabah dalam menggunakan layanan Bank Syariah. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji faktor-faktor dalam UGC yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah.
3. Memahami bagaimana Bank Syariah dapat memanfaatkan *User Generated Content* (UGC) sebagai sumber informasi strategis dalam melihat dan mengukur posisi merek (*brand*) mereka di pasar. Dengan kata lain, penelitian ini ingin mengkaji cara Bank Syariah mengamati, menilai, dan menganalisis konten yang dibuat oleh pengguna atau nasabah di berbagai platform digital untuk mendapatkan wawasan tentang persepsi, citra, dan reputasi merek mereka di mata publik dan pasar.
4. Menganalisis peran dan strategi platform digital milik Bank Syariah dalam meningkatkan pemahaman nasabah mengenai *User Generated Content* (UGC), serta

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Nasabah

Jurnal ini diharapkan dapat membantu nasabah memahami bahwa platform jejaring sosial media bukan hanya tempat promosi, tetapi juga menjadi sarana komunikasi langsung antara bank dan nasabah dalam menjawab pertanyaan, keluhan, atau kebutuhan informasi secara cepat dan terbuka.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi BSI dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran yang lebih efektif melalui media sosial. Dengan memahami pola interaksi nasabah di platform digital, BSI dapat menyesuaikan gaya komunikasi, waktu publikasi, dan konten yang relevan untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabah.

3. Bagi Peneliti Lain

Jurnal ini dapat menjadi landasan awal bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih dalam tentang integrasi antara teknologi digital khususnya media social dengan sistem perbankan syariah di Indonesia maupun global.

4. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini memberikan pemahaman kepada masyarakat umum tentang bagaimana media sosial dimanfaatkan oleh bank syariah untuk menyampaikan

informasi, edukasi keuangan, dan menjawab tantangan dalam sistem perbankan berbasis syariah. Hal ini dapat mendorong peningkatan literasi digital sekaligus memperkenalkan prinsip-prinsip keuangan Islam secara lebih luas.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya terkait judul ini antara lain dilakukan. Pertama menurut Muhammad Naeem bank-bank Islam menghadapi banyak tantangan seperti kurangnya keamanan dan privasi, tidak tersedianya UGC, kurangnya staf yang terampil, kurangnya investasi dalam platform media sosial dan kurangnya kepercayaan di antara pasar yang ditargetkan.⁷ Perbedaan penelitian ini terletak pada

Kedua menurut Heny Agustina Sektor perbankan mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Maka perbankan harus selalu berinovasi dengan memperbaiki kualitas dan kuantitas nya. Dengan adanya fenomena yang tidak dapat lepas dari internet maka perbankan mulai mengadopsi dalam pemanfaatan internet untuk mengembangkan usahanya. Terdapat banyak bank di Indonesia yang menawarkan layanan internet banking

⁷ Naeem, Muhammad. (2019). Understanding the role of social networking platforms in addressing the challenges of Islamic banks. *Journal of Management Development*. 38. 664-680. 10.1108/JMD-04-2019-0107.

untuk dapat memudahkan para nasabah dalam melakukan transaksi sehari-hari, salah satunya yaitu bank syariah Indonesia. Terdapat beberapa fitur layanan internet banking bank syariah Indonesia antara lain BSI *Mobile*, BSI *Merchant app*, BSI *Smart Agent*, Inovasi perbankan melalui teknologi internet banking diharapkan dapat menekan *transactional cost* serta antrian di bank.⁸ Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian, sedangkan persamaan penelitian ini terletak pada objek penelitian.

Ketiga, menurut Achmad Tavip Junaed industri perbankan mulai memperkenalkan layanan perbankan digital. Keuntungan yang dapat diambil oleh perbankan untuk memajukan digital banking adalah lonjakan pengguna seluler dan seluler yang saat ini berkembang sangat pesat, dan Bank Syariah merupakan media teknologi sosial bagi pengguna seluler (Werdi Apriyanti, 2018). Hal ini dapat dilakukan sedemikian rupa sehingga sangat penting bagi bank digital syariah untuk memberikan layanan yang komprehensif dan memuaskan

⁸ Djoko Soelistya and Heni Agustina Agustina, 'ANALISIS TEKNOLOGI INFORMASI MOBILE BANKING DAN PERSEPSI RISIKO TRANSAKSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya)', *Accounting and Management Journal*, 1.2 (2018), 89–100 <<https://doi.org/10.33086/amj.v1i2.77>>.

kepada nasabahnya.⁹ Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian, sedangkan persamaan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian.

Keempat penelitian menurut Januariansyah Arfaizar Navirta Ayu, Fitri Riyanto, YUSDANI dan Selamat Muliadi bertujuan untuk menelaah Inovasi dan tantangan apa yang dihadapi perbankan syariah di era digital ini. Selain itu terdapat tantangan yang menghambat perkembangan perbankan syariah khususnya di Indonesia yaitu ancaman kebocoran data digital nasabah, penyalahgunaan teknologi dan permasalahan masyarakat yang semakin kompleks. Maka dari itu perlu adanya kerjasama antara pelaku perbankan syariah serta non bank syariah, pemerintah dan masyarakat dalam melakukan implementasi kegiatan transaksi perbankan yang sesuai syariah.¹⁰ Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan persamaan terletak pada objek penelitian.

Kelima Penelitian oleh Cindi Safitri dan Muhammad Iqbal Fasa penelitian ini menunjukkan bahwa bank syariah di Indonesia menghadapi banyak tantangan

⁹ Iviola Sabila Avandi, Muhammad Iqbal Fasa and Is Susanto, 'STRATEGI PEMASARAN INOVATIF DALAM MENARIK GENERASI Z INNOVATIVE MARKETING STRATEGIES IN ATTRACTING GENERATION', 2024, 7269–78.

¹⁰ Januariansyah Arfaizar and others, 'Dinamika Kontemporer Dalam Transaksi Perbankan Syariah Dan Problematikanya', *Wadiah*, 7.2 (2023), 163–91 <<https://doi.org/10.30762/wadiah.v7i2.327>>.

dalam mengoptimalkan pemasaran digital di era 4.0. Ini disebabkan oleh peningkatan penggunaan teknologi digital oleh generasi milenial, yang memerlukan perubahan cepat dan efisien untuk menarik minat dan kebutuhan pelanggan muda. Keamanan cyber, literasi keuangan yang rendah, dan persaingan yang ketat dengan fintech adalah masalah penting yang harus diatasi. Bank syariah harus menerapkan strategi pemasaran yang inovatif, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah jika mereka ingin membangun hubungan yang kuat dan mendapatkan kepercayaan pelanggan.¹¹

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menggunakan penelitian etnografi virtual, dimana etnografi virtual membahas pola-pola perilaku yang dilakukan khalayak massa pada dunia virtual. Menganalisis budaya siber atau *cyberculture* dalam keterlibatan pada nilai-nilai budaya, keyakinan, ras, agama maupun *gander* yang dilakukan pada media online/media social.

¹¹ Jien Jurnal and others, 'STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN IMPROVING THE ACCESSIBILITY OF ISLAMIC BANK SERVICES IN THE 4 . 0 ERA', 2024, 7096–7110.

2. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

- a. Sumber Data: Data sekunder dari konten-konten pada media online / media sosial yang mendukung materi penelitian.
- b. Teknik Pengumpulan Data: Teknik kepustakaan, menggunakan material seperti buku, jurnal, naskah, dan sumber lainnya.

3. Teknik Analisis Data

- a. Analisis Tematik (*Thematic Analysis*)

Peneliti akan membaca berulang-ulang data teks (misalnya postingan forum, komentar media sosial, *chat logs*) untuk mengidentifikasi **tema-tema berulang, pola, atau ide-ide kunci** yang muncul dari interaksi online. Tujuannya adalah menemukan makna tersembunyi, nilai-nilai bersama, atau norma-norma komunitas virtual tersebut.

- b. Analisis Konten

Teknik ini melibatkan pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber digital, seperti forum, media sosial, blog, dan situs web. Peneliti dapat mengidentifikasi tema, pola, dan makna yang muncul dari konten yang dihasilkan oleh pengguna.

G. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN yang mana didalamnya terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI yang mana didalamnya membahas tentang platform jejaring sosial, macam-macam media sosial, pengertian bank syariah, tantangan bank syariah Indonesia (BSI), dan membahas tentang *UGC (user generated content)*

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN yang mana didalamnya membahas tentang hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah diteliti oleh penulis

BAB IV PENUTUP berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan untuk penelitian selanjutnya.