

**PEMBANGUNAN DIGITALISASI INDUSTRI PEMASARAN**

**Rahmayati**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Kota Medan, Indonesia.

Email Korespondensi: rahmayati@umsu.ac.id

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the marketing of Islamic bank products by digitalization. This study uses secondary data from journals, magazines, the internet. This study uses the development of a conceptual model, by conducting a literature review from various sources, and trying to present an idea about a theory that is in accordance with the concept of sharia. The results of the study say that the use of digitalization in banking products provides effectiveness, efficiency and transparency. So that Bank Indonesia created the Branchless Banking program to expand the range of banking services.*

**Keywords:** Sharia Banking Products, services, and Digitalization.

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran produk bank syariah dengan digitalisasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari jurnal, majalah, internet. penelitian ini menggunakan pengembangan model konseptual, dengan melakukan telaah pustaka dari berbagai macam sumber, dan berusaha menyuguhkan sebuah gagasan tentang teori yang sesuai dengan konsep syariah. Hasil dari studi mengatakan penggunaan digitalisasi dalam produk perbankan memberikan efektifitas,efisiensi dan transparan. Sehingga Bank Indonesia membuat program Branchless Banking untuk memperluas jangkauan layanan perbankan.*

**Kata Kunci:** Produk Perbankan Syariah ,layanan, dan Digitalisasi.

**PENDAHULUAN**

Perbankan digital ini diharapkan dapat terlaksanakan di Indonesia, karena apabila bank asing yang ada di Indonesia menerapkan layanan digital yang lebih maju maka bisa saja nasabah bank di Indonesia beralih karena mendapatkan layanan yang lebih memudahkan mereka. Hal ini juga dapat menjadi alternatif bagi bank syariah untuk memiliki nasabah yang lebih banyak dan meningkatkan kinerja keuangan bank syariah. M-banking adalah produk yang ditawarkan oleh bank atau lembaga keuangan untuk melakukan transaksi keuangan dan non-keuangan menggunakan perangkat seluler seperti ponsel, PDA atau tablet (Shaikh & Karjaluto, 2015; Koksal, 2016; Lee & Chung, 2009; Tam & Oliveira, 2015). Perkembangan teknologi membawa fenomena baru pada sektor keuangan dalam menawarkan produk berbasis keuangan yang cepat dan real-time dengan layanan berbiaya rendah, seperti keuangan digital. Istilah "FinTech", "e-Finance", dan "digital finance" sering digunakan untuk menggambarkan evolusi perubahan teknologi keuangan di sektor keuangan melalui inovasi dan solusi teknologi.

FinTech berasal dari kata "finansial" dan "teknologi", dalam bisnis modern sebagai fasilitator inovasi keuangan. Sementara itu, Angelakopoulos & Mihiotis (2011) mengidentifikasi manfaat lain dari internet banking seperti tidak adanya kendala waktu dan batasan geografis, pemotongan biaya, kemungkinan kemudahan akses bagi penyandang disabilitas, dan lingkungan yang terintegrasi untuk transaksi internet banking. Pikkarainen, Pikkarainen, Karjaluto, dan Pahnla (2004) menyoroti bahwa perkembangan digital dalam layanan keuangan dapat mengurangi jaringan cabang bank dan meminimalkan biaya staf. Di sisi lain, BCBS (2017, hlm. 23) membahas manfaat inovasi keuangan dalam memperluas akses ke layanan keuangan (inklusi keuangan), menjangkau konsumen yang kurang

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)//[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed:



# GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 8 Nomor 3 Maret 2022

terlayani, mengurangi biaya transaksi, memberikan transparansi yang lebih besar dengan produk yang lebih sederhana dan pengungkapan biaya yang jelas. , memberikan kenyamanan dan efisiensi yang lebih besar, dan memungkinkan kontrol yang lebih ketat atas pengeluaran dan penganggaran. Mengingat pertumbuhan pasar, inovasi teknologi keuangan terbukti telah meningkatkan kuantitas pinjaman bank (Frame, Srinivasan & Woosley, 2001; Frame & White, 2014; Berger, Frame & Miller, 2005), suplai kredit (Saretto & Tookes, 2013), dan dana ekuitas (Lerner & Tufano, 2011).

FinTech diartikan sebagai inovasi teknologi keuangan yang menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk baru dengan efek material yang berkaitan dengan lembaga keuangan dan penyediaan layanan keuangan (FSB, 2017). Digital banking merupakan teknologi aplikasi yang bertujuan untuk memastikan proses transaksi perbankan dan pengoperasiannya berjalan dengan lancar (Hakim Suhaimi dan Bin Abu Hassan, 2018). Pengguna layanan digital banking dapat mengakses layanan perbankan melalui komputer, handphone, atau ATM (Automated Teller Machine) tanpa harus mendatangi kantor cabang atau bank secara langsung. Layanan seperti internet banking, dapat diakses oleh nasabah dengan menggunakan komputer dan smartphone serta jaringan internet, sedangkan telephone banking yang merupakan layanan digital banking pertama dapat dilakukan melalui saluran telepon. Teknologi digital banking juga menyediakan layanan dengan menggunakan handphone atau telepon genggam melalui aplikasi sms-banking atau m-banking. Sementara itu, nasabah juga dapat menggunakan uang elektronik (e-money), kartu ATM, maupun kartu kredit (Mbama et al, 2018)

Perbankan digital menurut pemaparan OJK dalam panduan layanan Perbankan Digital merupakan layanan yang dilakukan secara mandiri tanpa harus datang ke kantor (SelfService). Layanan mandiri meliputi Pendaftaran, Transaksi (tunai, transfer, pembayaran), penutupan rekening dan layanan lainnya. Dengan adanya layanan digital banking ini memungkinkan nasabah atau calon nasabah untuk melakukan semua transaksi sendiri tanpa harus pergi ke kantor cabang dan dapat membuat branchless banking yang diluncurkan oleh OJK dapat tercapai. Layanan Perbankan Digital dalam POJK No.12 / POJK.03 / 2018 ditafsirkan dalam pasal 1 ayat 3 “Layanan Perbankan Elektronik dikembangkan dengan mengoptimalkan penggunaan data nasabah agar dapat melayani nasabah dengan lebih cepat, mudah, dan sesuai kebutuhan serta dapat terlaksana sepenuhnya mandiri oleh nasabah, dengan tetap memperhatikan aspek keamanan Masih dalam POJK No. 12 Layanan Perbankan oleh Bank meliputi penatausahaan rekening, Otorisasi Transaksi, Pengelolaan Keuangan dan jasa produk keuangan lainnya berdasarkan persetujuan OJK. Deloitte (2007) menyatakan bahwa terdapat Lima area atau layanan yang harus diperhatikan dalam layanan digital banking, setidaknya dimiliki oleh bank yang akan menjalankan bisnis digital banking, yaitu Automation Process, Content and functions, Design, Navigation dan Cyber security (security). Semua area atau fitur / Layanan dalam digital banking sangat erat kaitannya dengan customer experience dan akan meningkatkan identitas nasabah / nasabah yang menghasilkan loyalitas nasabah kepada layanan perbankan digital yang dikeluarkan oleh bank.

## METODE

Jenis atau metode Penelitian ini merupakan pengembangan model konseptual, dengan melakukan telaah pustaka dari berbagai macam sumber, dan berusaha menyuguhkan sebuah gagasan tentang teori yang sesuai dengan konsep syariah. Penelitian ini merupakan studi dokumentasi, dan didasarkan pada data sekunder yang diperoleh dari jurnal, majalah, internet, serta sumber lain.

## PEMBAHASAN

Menurut data dari Indonesia ECommerce Association (idEA), Google Indonesia, dan Taylor Nelson Sofres (TNS), perdagangan online di Indonesia mencapai sekitar Rp300 triliun (sekitar US\$25 miliar) pada 2016 dengan sekitar 62.2 juta pengguna smartphone dan 109 juta pengguna internet, saat ini Indonesia.

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)//[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed:





Sumber: Indonesia ECommerce Association (idEA), 2011-2019.

Data diatas mendukung hasil analisis dari AT Kearney tentang Roadmap Transformasi Perbankan (ATKearney, 2014) mengungkapkan bahwa pada tahun 2020, 80% pangsa pasar akan didominasi oleh pengguna smartphone. Oleh sebab itu, perlu adanya perubahan sistem dalam bidang keuangan untuk mengimbangi hal tersebut, baik dalam sisi lembaga keuangan formal maupun lembaga keuangan non formal. Hasil dari pra riset penulis dilapangan dan membaca artikel melalujadi tempat terbaik bagi perkembangan industry e-commerce (Perbanas, 2016). Hal ini didukung oleh pergeseran kebiasaan konsumen yang semakin menuntut tingkat pemenuhan kebutuhan yang efisien dan efektif dengan adanya teknologi dibidang keuangan tersebut media massa adalah bahwa bank-bank yang sudah mapan, fintech sebagai pesaing baru, otoritas pengawas, dan pihak-pihak lain saling berdesakan untuk posisi dalam lanskap layanan keuangan yang baru. Hal yang tetap tidak berubah adalah esensi dari layanan keuangan yang ditawarkan, sementara sektor lembaga keuangannya telah berubah. Hal yang berubah disini adalah pelayanan jasa keuangan dan Big Tech yang menawarkan alternatif untuk masing-masing tugas inti (atau bagiannya) nasabah yang didasarkan pada teknologi baru yang lebih digital dan semakin terukur serta dapat didengar oleh penyedia layanan keuangan. Perubahan - perubahan ini membentuk dasar baru, baik bagi pemain baru dan bank yang ada, untuk benarbenar menempatkan nasabah di pusat berbagai hal, untuk melayani mereka dengan lebih baik dan untuk menyediakan produk dan layanan yang lebih baik, lebih transparan, lebih murah dan lebih dapat diandalkan. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen tidak hanya merupakan ancaman bagi bank, tetapi juga tentu saja menawarkan peluang untuk peningkatan, layanan yang lebih relevan bagi klien.

Indonesia menurut data Global Financial Inclusion Index pada tahun 2011, hanya 19,60% dari 237.641.326 jiwa penduduk Indonesia yang memiliki akun di bank. Hal ini mengartikan bahwa hanya sebagian kecil masyarakat Indonesia yang pernah menginjak kantor cabang bank umum untuk membuka rekening. Berbeda dengan Malaysia yang sudah mencapai 66,70% dan Thailand 77,70% pada tahun yang sama. Hal ini yang kemudian melatar belakangi Bank Indonesia untuk membuat suatu program yang diberi nama Branchless Banking, yaitu suatu program peningkatan fasilitas berbasis digital pada kegiatan perbankan dengan perluasan jangkauan layanan perbankan tanpa bertumpu pada kantor cabang, memanfaatkan media teknologi, serta dibantu oleh agen seperti toko, kantor pos, perorangan, dan lain sebagainya

Program ini diterima baik oleh perbankan di Indonesia. Perbankan di Indonesia mulai memberikan perhatian khusus terhadap produk digital untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hasil dari pra riset penulis dengan mendatangi beberapa kantor cabang perbankan di Surabaya dan Sidoarjo, yaitu terdiri dari Bank Permata, DBS, BTPN-Jenius, Bank Muamalat, dan BSM juga mendapati perbankan sekarang sudah mulai menerapkan digital banking system pada masing – masing produk yang ditawarkan kepada nasabah dengan tingkatan yang berbeda – beda.

Hal ini didukung oleh survey dari McKinsey&Company yang berjudul Digital Banking In Indonesia: Building Loyalty and Generating Growth pada februari 2019 adalah “Selain adopsi internet dan smartphone yang meningkat pesat, dan pertumbuhan ecommerce, dorongan digitalisasi yang kuat dari bank-bank di Indonesia telah mendorong permintaan. Upaya bank untuk mendorong pelanggan dan menjelaskan perbankan online adalah alasan yang paling sering dikutip responden untuk mencoba

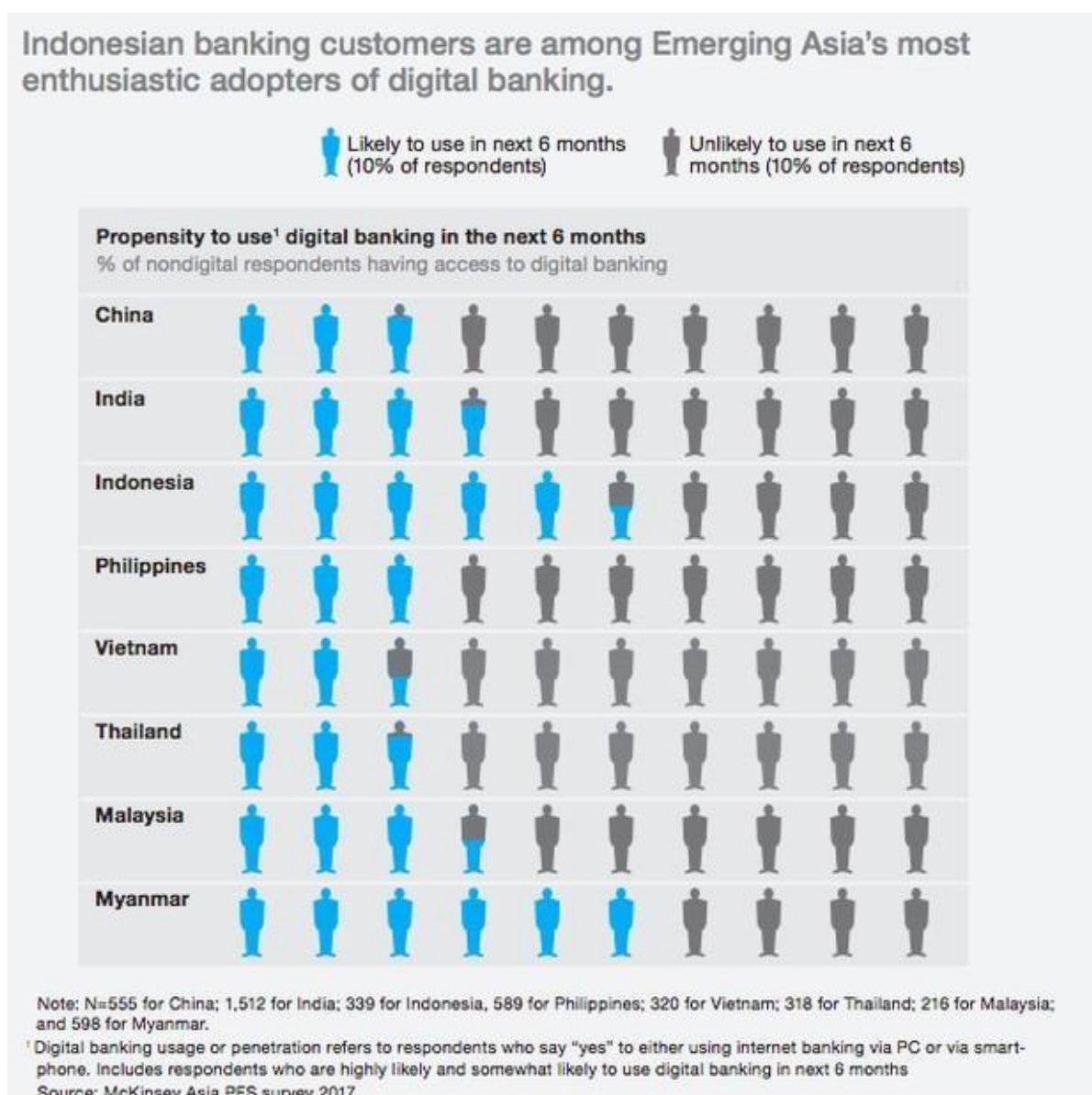
# GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 8 Nomor 3 Maret 2022

saluran digital.” (Mckinsey&Company, 2019). Ini menandakan bahwa perbankan digital telah menjadi arus utama

Selain dari sisi perbankan, dari sisi nasabah juga sangat terbuka terhadap perbankan digital. Selama tiga tahun terakhir, penggunaan bulanan saluran perbankan digital di Indonesia telah tumbuh dua kali lebih cepat dari pasar Asia Berkembang lainnya. 55 persen nasabah non-digital mengatakan bahwa mereka kemungkinan besar akan menggunakan perbankan digital dalam enam bulan ke depan; ini adalah angka tertinggi kedua untuk negara mana pun di Asia Berkembang setelah Myanmar (Mckinsey&Company, 2019)



Hasil survei ini menunjukkan peluang bagi pemain digital sekitar 50 persen dari semua responden akan mempertimbangkan untuk pindah ke bank tanpa kehadiran fisik, dan mayoritas responden menyatakan keyakinan bahwa mereka akan melakukannya bergeser 25 hingga 50 persen dari saldo mereka ke bank digital murni.

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)//[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed:



# GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 8 Nomor 3 Maret 2022

Dalam melakukan penerapan perbankan digital ini maka bank syariah harus mampu merubah model pemasaran dan model manajemen bank syariah. Tantangan bagi bank syariah dalam mengembangkan perbankan digital ini yaitu keengganan nasabah yang diakibatkan oleh pengalaman buruk. Untuk itu pengembangan teori pemasaran layanan dalam perbankan digital membutuhkan pemahaman preferensi pelanggan dari kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penerapan perbankan digital ini diharapkan dapat terlaksana di Indonesia, karena apabila bank asing yang ada di Indonesia menerapkan layanan digital yang lebih maju maka bisa saja nasabah bank di Indonesia beralih karena mendapatkan layanan yang lebih memudahkan mereka. Hal ini juga dapat menjadi alternatif bagi bank syariah untuk memiliki nasabah yang lebih banyak dan meningkatkan kinerja keuangan bank syariah.

## KESIMPULAN

Perbankan digital dapat terlaksana di Indonesia, karena apabila bank asing yang ada di Indonesia menerapkan layanan digital yang lebih maju maka bisa saja nasabah bank di Indonesia beralih karena mendapatkan layanan yang lebih memudahkan mereka. membahas manfaat inovasi keuangan dalam memperluas akses ke layanan keuangan (inklusi keuangan), menjangkau konsumen yang kurang terlayani, mengurangi biaya transaksi, memberikan transparansi yang lebih besar dengan produk yang lebih sederhana dan pengungkapan biaya yang jelas. Semua area atau fitur / Layanan dalam digital banking sangat erat kaitannya dengan customer experience dan akan meningkatkan identitas nasabah / nasabah yang menghasilkan loyalitas nasabah kepada layanan perbankan digital yang dikeluarkan oleh bank. Hal ini yang kemudian melatar belakangi Bank Indonesia untuk membuat suatu program yang diberi nama Branchless Banking, yaitu suatu program peningkatan fasilitas berbasis digital pada kegiatan perbankan dengan perluasan jangkauan layanan perbankan tanpa bertumpu pada kantor cabang, memanfaatkan media teknologi, serta dibantu oleh agen seperti toko, kantor pos, perorangan, dan lain sebagainya Program ini diterima baik oleh perbankan di Indonesia

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti Wendi Hani, *Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia*, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.9, No.1, 2018
- Apriyanti Wendi Hani, *Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis Peluang dan Tantangan*, *Jurnal Maksimum*, Vol.1, No.1, 2017
- Ansori Aan, *Digitalisasi Ekonomi Syariah, Islamicomic*, *Jurnal Keuangan dan Bisnis Islam*, Vol.7, No.1, 2016
- Azwar azwar dan Muhammad Yusuf, *The Model of Digital Banking in Islamic Comercial Banks: A Financial Engineering Perspective*, *International Journal of Advanced Science and Technology*, Vol.29, No.9s, 2020
- Ali Hassnain, Zaini Zaki Muhammad dan Abdullah Rose, *Fintech and its Potential Impact on Islamic Banking and Finance Industry : A Case Study of Brunei Darussalam and Malaysia*, *International Journal of Islamic Economics and Finance*, Vol.2 (1), Page 73-108, 2019
- Bulatova Ildarovna Elvira, Potapova Alekseevna Ekaterina, Fathutdinova Andreevna Regina dan Yandiev Cirkishanovich Ruslan, *The Fintech and Islamic Finance Synthesis in The Modern World*, *Cuadernos de Desarrolla Aplicados a Las TIC, Special Issue*, 258-273, 2019
- Darussalam Zulfikar Andi, Tutuko Bambang, Dahlan Ahmad, Hudaifah Ahmad dan Tajang Darussalam Andi, *Islamic Financial Technology Towards The Advancement of Islamic Banking In Indonesia*, *Jurnal Nisbah*, Vol.4, No.2, 2018.
- Chrismastianto Wulanata Adhitya Imanuel, *Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia*, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol.20, No.01, 2017.
- Fatimah Bunga Siti dan Hendratmi Achsanita, *The Digitalisation of Mandiri Syariah Bank In The Middle of Competition and Technology Change*, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol.7, No.04, 2020.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com) // [admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed:



# GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 8 Nomor 3 Maret 2022

- Fitriana Ana, *Pengaruh E-Marketing dan E-CRM Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Mandiri*, Citec Journal, Vol.4, No.4, 2017.
- Hidajat Taofik, *Financial Technology in Islamic View*, Islamic Banking and Finance Journal, Vol.04, Issue 02, 2020
- Haridan Mohd Nurfarahin, Hassan Sheikh Fahmi Ahmad and Alahmadi Abdul Aziz Hatem, *Financial Technology Inclusion in Islamic Bank : Implication on Shariah Compliance Assurance*, International of Journal Academic Research in Business and Social Science, 10 (14), 38-48, 2020.
- Kamdzhlov Miroslav, *Islamic Finance and the New Technology Challenges*, European Journal of Islamic Finance, <http://www.ojs.unito.it/index.php/EJIF>.
- Margaretha Farah, *Dampak Electronic Banking Terhadap Kinerja Perbankan Indonesia*, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.19, No.3, 2015.
- Muhammad Helmi dan Sari Puspita Niki, *Pengaruh Financial Technology Terhadap Perbankan Syariah : Pendekatan ANP – BOCR (The Influence of Financial Technology on Islamic Banking : ANP-BOCR Approach)*, Islamic Banking and Finance Journal, Vol.4, Issue 2, 2020
- Malaysia Bank Negara, *Technology and Innovation in Islamic Banking*, KFH Research, [www.mifc.com](http://www.mifc.com), 2015
- Pratiwi Eka Ira, Affandy Fiqri Fachrudin dan Rosalina Yuyun, *Determinan Penggunaan Digital Banking pada Generasi Milenial Muslim : Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus di Kota Jayapura, Indonesia)*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6 (03), 2020
- Rahmawati Kezia Charissa dan Fianto Arie Bayu, *The Descriptive Analisis of The Service Quality Dimension of Mobile Banking (M-Banking) On The Satisfaction of Sharia Banking Customers*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol.7, No.6, 2020.
- Susilawaty Lilis dan Nicola Nicola, *Pengaruh Layanan Perbankan Digital pada Kepuasan Nasabah Perbankan*, Jurnal Manajemen Marantha, Vol.19, No.2, 2020
- Vebiana Vera, *Perbankan Digital, Pengalaman Pelanggan, dan Kinerja Keuangan Bank Syariah*, 9<sup>th</sup> Industrial Research Workshop and National Seminar, Peran Penelitian dan Inovasi di Era Industri 4.0 Dalam Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan Menuju Kemandirian Bangsa.

**Penerbit:**

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

Indexed:

