

Aktualisasi public relation dalam mewujudkan perbankan syariah yang inovatif dan responsif

Moh Nur Fadhilah¹

program studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
e-mail: mohnurfadhilah50@gmail.com

Kata Kunci:

Perbankan Syariah,
Aktualisasi,inovatif,responsive,p
ublic relation

Keywords:Islamic Banking,
Actualization, Public
realtionResponsive,Innovative

ABSTRAK

Perbankan Syariah di era kali ini tentunya harus menjadi Lembaga keuangan yang mampu dapat menyesuaikan dengan situasi dan kondisi saat ini,karena saat ini perbankan syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat,Dalam era digital yang semakin maju,inovasi teknologi menjadi tantangan dan juga peluang untuk perbankan syariah untuk menjadi eksis di Masyarakat baik nasional maupun internasional,komunikasi yang baik tentunya juga menjadi kunci untuk perbankan syariah untuk responsif dan inovatif ,tentunya di era digital ini dengan memberikan edukasi tentang literasi keuangan kepada Masyarakat adalah sebagai bentuk komunikasi yang efektif dan inovatif untuk mewujudkan perbankan syariah yang responsif.

ABSTRACT

Islamic banking in this era must certainly be a financial institution that is able to adapt to the current situation and conditions, because currently Islamic banking is experiencing very rapid development, In the increasingly advanced digital era, technological innovation is a challenge and also an opportunity for Islamic banking to exist in society both nationally and internationally, good communication is certainly also the key for Islamic banking to be responsive and innovative, of course in this digital era by providing education about financial literacy to the community is a form of effective and innovative communication to realize responsive Islamic banking.

Pendahuluan

Dalam keuangan Islam, bank didefinisikan oleh Mohammad Omar Chapra sebagai lembaga yang beroperasi berdasarkan prinsip Syariah Islam. Bank Islam tidak hanya meminjamkan uang tetapi juga berinvestasi dalam proyek-proyek yang sesuai dengan syariah tanpa terlibat dalam praktik terlarang seperti riba (bunga) dan spekulasi. Oleh karena itu, perbankan syariah fokus pada penciptaan nilai tambah dan keadilan sosial. Keuangan syariah telah menjadi sektor yang berkembang pesat di banyak negara, termasuk Indonesia. Seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap jasa keuangan syariah, perbankan syariah harus mengikuti perkembangan zaman, namun harus demikian. Dalam konteks ini, PR berperan sangat penting sebagai jembatan antara bank dan masyarakat. Humas berkontribusi dalam menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah yang dipromosikan oleh bank syariah melalui kegiatan komunikasi dan promosi yang efektif. Selain itu, PR juga bertanggung jawab atas akuntabilitas. dengan cepat Perubahan kebutuhan dan harapan masyarakat, melalui pelayanan yang lebih baik atau produk baru terkait perkembangan teknologi dan kondisi pasar. Pendekatan PR yang kreatif dan



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

fokus dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap keuangan syariah. Oleh karena itu, aktivitas humas yang kuat di perbankan syariah sangat penting untuk mencapai industri perbankan yang tidak hanya berpegang pada prinsip-prinsip syariah, namun mampu bersaing di dunia digital yang penuh tantangan.

Pembahasan

Pengertian Perbankan Syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Republik Indonesia Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan jenisnya adalah bank umum serta perbankan syariah. Menurut Ensiklopedia Islam, bank syariah atau bank syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya memberikan kredit dan jasa di bidang pembayaran dan penyaluran dana, kegiatannya mirip dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Aktualisasi Public Relation Pada Perbankan syariah

Pemahaman humas (PR) dalam keuangan syariah sangat penting untuk menjalin hubungan baik antara bank dan nasabah, serta meningkatkan citra dan kredit bank di mata masyarakat. Berikut beberapa langkah penting dalam mencapai PR dalam rangka layanan perbankan syariah:

1. Strategi Marketing Public Relations

Loyalitas Nasabah: Bank Syariah Indonesia menerapkan strategi pemasaran PR yang fokus pada menjaga loyalitas nasabah. Hal ini dilakukan melalui berbagai alat pemasaran PR yang dirancang untuk meningkatkan dan membangun hubungan dengan pelanggan.(Itawah & Nuryana, 2022)

2. Digital Public Relations

Optimalisasi Pemasaran Digital Di masa pandemi Covid-19, Bank Syariah Indonesia menerapkan strategi PR digital yang mencakup periklanan online untuk menjangkau target audiensnya. Ini termasuk penggunaan media sosial dan platform digital lainnya untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Komitmen internal Selain strategi eksternal, bank membuat program internal untuk meningkatkan loyalitas pegawai yang dapat memperkuat citra perusahaan di luar negeri.

3. Komunikasi Efektif

Model komunikasi Sangat penting untuk menerapkan model komunikasi yang tepat. Bank Syariah Indonesia, misalnya, menggunakan model informasi publik untuk mengkomunikasikan secara jelas kepada nasabah mengenai program baru dan kebijakan sosial.

4. Menghadapi Tantangan

Hambatan dalam sosialisasi Bank syariah sering kali kesulitan mengedukasi masyarakat mengenai produknya. Oleh karena itu, strategi PR perlu disesuaikan untuk mengatasi hambatan tersebut dan memastikan informasi yang diberikan konsumen jelas.

Aktualisasi Public Relation untuk mewujudkan Perbankan Syariah yang Responsif

Pemahaman humas (PR) untuk menciptakan keuangan syariah yang responsif mencakup banyak strategi yang dirancang untuk meningkatkan komunikasi, membangun kepercayaan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan dan masyarakat. Beberapa pendekatan berikut dapat dipertimbangkan:

- a) Promosi Pendidikan Bank syariah harus melakukan program pendidikan untuk menjelaskan prinsip-prinsip dan produk Islam. Hal ini dapat dilakukan melalui seminar, workshop dan postingan informasi di media sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perbankan syariah.
- b) Promosi Aktif Melalui kegiatan promosi yang menarik, seperti mengadakan acara komunitas atau bekerjasama dengan lembaga publik, bank syariah dapat meningkatkan visibilitasnya dan menarik nasabah baru. Hal ini juga membantu dalam menciptakan citra yang baik di masyarakat.
- c) Meningkatkan media sosial menggunakan media digital sangat penting untuk menjangkau pelanggan dan masyarakat luas. Bank syariah dapat menggunakan media sosial untuk mempublikasikan informasi baru, menjawab pertanyaan dan mendapatkan feedback langsung dari nasabah.
- d) Konten Kreatif Membuat konten dan informasi menarik seputar produk syariah akan membantu menarik perhatian calon konsumen. Ini mencakup video, artikel dan artikel blog yang menjelaskan manfaat perbankan Islam Mendengarkan Pelanggan Mengimplementasikan sistem umpan balik yang efektif memungkinkan bank untuk memahami kebutuhan dan harapan nasabah. Ini bisa dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan atau forum diskusi online.
- e) Layanan Pelanggan yang Responsif Memastikan layanan pelanggan yang cepat dan efisien akan meningkatkan pengalaman pelanggan. Menggunakan teknologi seperti chatbots dapat membantu memberikan jawaban cepat atas pertanyaan umum
- f) Kegiatan sosial Mengikuti kegiatan sosial seperti program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat meningkatkan citra bank di mata masyarakat. Tindakan ini menunjukkan komitmen bank terhadap kesejahteraan sosial dan nilai-nilai Islam.(Nur, 2022)

Aktualisasi Public Relation untuk Mewujudkan Perbankan Syariah yang Inovatif

Pencapaian humas (PR) untuk menciptakan layanan keuangan syariah yang inovatif memerlukan penerapan berbagai strategi komunikasi yang efektif dan inovatif. Berikut beberapa cara (Ulum, 2014)

- a) Penggunaan media digital Penggunaan media digital untuk memudahkan komunikasi Bank syariah dapat menggunakan media sosial, blog, dan website resmi untuk mengedukasi masyarakat tentang manfaat layanannya.
- b) Pendekatan komunikasi kreatif untuk mengembangkan konten yang menarik dan bermakna untuk menarik pelanggan baru. Ini mencakup video, cerita foto dan artikel yang menjelaskan manfaat menggunakan layanan keuangan Islam.

- c) Promosi produk inovatif menggunakan berbagai alat PR untuk mempromosikan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar, seperti pembiayaan berbasis syariah untuk UKM.k
- d) kegiatan Sosial dan CSR Berpartisipasi dalam kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang menunjukkan komitmen bank terhadap kesejahteraan masyarakat. Hal ini dapat mencakup program bantuan sosial atau dukungan pengembangan masyarakat.

Kesimpulan

Aktualisasi hubungan masyarakat dalam perbankan syariah melibatkan penerapan strategi yang efektif untuk membangun hubungan baik dengan nasabah dan meningkatkan citra bank. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan model komunikasi yang tepat, bank syariah dapat lebih tanggap terhadap kebutuhan nasabah dan menjaga loyalitasnya di tengah tantangan yang ada. Aktualisasi humas responsif pada perbankan syariah memerlukan pendekatan yang terintegrasi antara strategi pemasaran, digital PR, respon terhadap kebutuhan nasabah, dan membangun citra positif. Dengan menerapkan strategi ini secara konsisten, bank syariah dapat meningkatkan hubungan dengan nasabah dan memperkuat posisinya di pasar perbankan Indonesia. Aktualisasi humas yang inovatif pada perbankan syariah memerlukan pendekatan terpadu antara edukasi masyarakat, strategi pemasaran PR yang kreatif, tanggap terhadap kebutuhan nasabah, dan membangun citra positif. Dengan terus menerapkan strategi tersebut, bank syariah dapat meningkatkan hubungan dengan nasabah dan memperkuat posisinya di pasar perbankan Indonesia.

public relations dalam perbankan syariah melibatkan penerapan strategi yang efektif untuk membangun hubungan baik dengan nasabah serta meningkatkan citra bank. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan model komunikasi yang tepat, bank syariah dapat lebih responsif terhadap kebutuhan nasabah dan menjaga loyalitas mereka di tengah tantangan yang ada. Aktualisasi public relations dalam perbankan syariah yang responsif memerlukan pendekatan yang terintegrasi antara strategi pemasaran, digital PR, respon terhadap kebutuhan nasabah, dan pembangunan citra positif. Dengan menerapkan strategi ini secara konsisten, bank syariah dapat meningkatkan hubungan dengan nasabah dan memperkuat posisinya di pasar perbankan Indonesia. Aktualisasi public relations dalam perbankan syariah yang inovatif memerlukan pendekatan terintegrasi antara edukasi masyarakat, strategi marketing PR yang kreatif, responsif terhadap kebutuhan nasabah, serta pembangunan citra positif. Dengan menerapkan strategi ini secara konsisten, bank syariah dapat meningkatkan hubungan dengan nasabah dan memperkuat posisinya di pasar perbankan Indonesia.

Saran

Pengembangan aplikasi digital interaktif Bank Syariah Indonesia sebaiknya terus mengembangkan aplikasi perbankan digital yang lebih interaktif dan user-friendly. Fitur-fitur seperti chatbot kecerdasan buatan (AI), peringatan transaksi yang lebih cepat, dan layanan pelanggan yang dipersonalisasi akan meningkatkan pengalaman dan

memudahkan pelanggan mengakses layanan bank. Hal ini juga dapat menarik minat generasi muda yang ingin memanfaatkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Tingkatkan Diskusi Syariah Digital Pengetahuan konsumen mengenai manfaat dan implikasi syariah di bidang keuangan sebaiknya ditingkatkan melalui platform digital dan tatap muka. Mengingat masih adanya konsumen yang belum mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional, pemahaman digital terhadap produk syariah.

Daftar Pustaka

- Eva Sundari, S. E., & Mm, C. (2021). *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru)*. Penerbit Adab.
- Hidayatullah, M. S. (2020). Membumikan Ekonomi Syariah di Indonesia (Sebuah Upaya Memasyarakatkan Ekonomi Syariah dan Mensyariahkan Ekonomi Masyarakat). *Jurnal Universitas Islam Negeri Antasari (UIN) Antasari Banjarmasin*, 14(2), 177-208.
- Itawah, & Nuryana, F. (2022). Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Image PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 2(02), 137–143. <https://doi.org/10.19105/mabny.v2i02.7209> <https://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/jmsb/article/view/7209>
- Meirisha, P. J. (2024). Strategi Public Relation Bank Syariah dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital: Literature Review. *Expense: Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1), 39-46.
- Nur, Y. (2022). Strategi Marketing Public Relation Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banyuwangi Dalam Mempromosikan Kredit Usaha Rakyat Di Masa Pandemi Covid-19. 121–122. <http://repository.unmuhammadiyahjember.ac.id/8203/1/JURNAL%20joni>.
- Ulum, F. (2014). Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Qanun*, 17(1), 33–59. <https://scholar.archive.org/work/gwlt6j324bddlonl5xzpei5yjq/access/wayback/http://alqanun.uinsby.ac.id:80/index.php/qanun/article/viewFile/86/85> <https://jurnalfsh.uinsa.ac.id/index.php/qanun/article/view/187>