

Dampak pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk dan peningkatan kualitas Manajemen SDM perbankan syariah di Indonesia

Moh Zaky Fakhrezy

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: mohzakyfakhrezy514@gmail.com

Kata Kunci:

Media Sosial; Manajemen SDM; Pemasaran Produk; Bank Syariah Indonesia; Kinerja

Keywords:

Social Media; Human Resource Management; Product Marketing; Bank Syariah Indonesia; Performance

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh pemanfaatan media sosial dan peningkatan kualitas manajemen Sumber daya Manusia terhadap kinerja perbankan Syariah di Indonesia. Penelitian yang digunakan oleh penulis ini merupakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Media sosial terbukti meningkatkan jangkauan pasar, kesadaran merek, dan interaksi pelanggan, mendorong penjualan produk syariah. Peningkatan kualitas Sumber daya manusia melalui pelatihan, motivasi, dan budaya kerja positif meningkatkan kinerja karyawan, produktivitas, dan kualitas layanan. Sinergi keduanya memaksimalkan efek positif, mendorong daya saing Bank Syariah Indonesia di era digital.

ABSTRACT

This study examines the effect of social media utilization and improving the quality of human resource management on the performance of Islamic Banking in Indonesia. The study employs a qualitative technique and a case study design. Social media is founded to increase market reach, brand awareness, and customer interaction, thereby driving sales of Islamic products. Improving the quality of human resources through training, motivation, and a positive work culture improves employee performance, productivity, and service quality. The synergy of the two maximizes positive effects, boosting Bank Syariah Indonesia's competitiveness in the digital era.

Pendahuluan

Bank syariah hadir sebagai alternatif bagi umat muslim yang ingin bertransaksi keuangan sesuai prinsip syariah Islam. Berlandaskan Al-Qur'an dan hadis, bank syariah menjalankan kegiatan usahanya tanpa riba, praktik haram yang dikecam dalam agama Islam. Kemunculan bank syariah dilatarbelakangi oleh keinginan masyarakat muslim untuk terhindar dari riba yang terdapat pada bank konvensional. Dalam sistem bank konvensional, peminjam diwajibkan mengembalikan pinjaman dengan bunga, bahkan jika mengalami kerugian. Berbeda dengan bank syariah, sistem yang diterapkan adalah bagi hasil. Keuntungan dan kerugian ditanggung bersama antara bank dan peminjam. Hal ini mencerminkan prinsip saling menguntungkan dan saling membantu yang diajarkan dalam Islam (Al Hasan & Maulana, 2021).

Perkembangan teknologi informasi yang pesat membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan sekarang ini, termasuk dalam sektor keuangan. Penggabungan teknologi komputer dan sistem telekomunikasi melahirkan teknologi informasi media sosial yang memungkinkan terciptanya sistem informasi secara



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

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

terhubung dan efisien. Dan Peran penting teknologi informasi media sosial ini tidak hanya dirasakan dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga merambah berbagai sektor seperti ekonomi bisnis, sosial, politik, pendidikan, kesehatan, dan keagamaan. Kemampuan teknologi media sosial dalam menyelesaikan pekerjaan secara efisien dan menghemat biaya pada era digital seperti sekarang ini (Wafie & Segaf, 2023)

Perbankan syariah di Indonesia dan negara-negara lain sekarang sedang berupaya meningkatkan kondisi keuangan dan daya saing mereka (Kusuma Wardana & Masruroh, n.d.). Pada era digital seperti sekarang ini, industri perbankan, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI), dihadapkan pada tantangan dan peluang yang unik. Yang mana di satu sisi, mereka harus bersaing dengan bank konvensional dan fintech dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Dan di sisi lain, keduanya memiliki peluang untuk memanfaatkan teknologi baru, seperti media sosial, untuk meningkatkan pemasaran produk dan kualitas manajemen SDM. Bank syariah menghimpun dana simpanan yang digunakan untuk menggerakkan sektor riil. Dan pertumbuhan yang terus menerus pada perbankan syariah di Indonesia merupakan kontribusi keberhasilan dalam menangkap peluang pasar yang diinginkan oleh nasabah bank syariah (Siswanto, 2011).

Di era digital ini, media sosial telah menjadi alat vital bagi bisnis untuk menjalin komunikasi dengan pelanggan dan membangun citra merek yang positif. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI), platform media sosial dapat menjadi senjata ampuh untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, meningkatkan kesadaran merek, dan mempromosikan produk syariahnya. Lebih dari sekadar alat marketing, media sosial juga membuka peluang bagi BSI untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan nasabahnya. Interaksi di media sosial dapat menjadi wadah untuk mengumpulkan umpan balik berharga dan memberikan layanan pelanggan yang lebih personal dan efektif.

Penggunaan media sosial terus melonjak setiap tahunnya, menjadi bukti nyata bahwa internet telah merevolusi cara manusia berkomunikasi (Rozi, 2017). Tak hanya sebagai sarana bertukar pesan, media sosial juga menjelma menjadi platform jual beli, media informasi, dan wadah pembentukan opini publik terhadap berbagai produk. Perusahaan pun memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran dan penampung masukan dari konsumen. Kian pesatnya jumlah pengguna media sosial menjadi kekuatan bagi perusahaan, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI), untuk mempromosikan produk dan jasanya secara efektif (Naza Refilia & Pahlawi, 2023).

Di sisi lain, manajemen SDM yang berkualitas juga sangat penting untuk kesuksesan BSI. Karyawan yang kompeten, termotivasi, dan berkomitmen adalah aset berharga bagi bank mana pun. Dengan meningkatkan kualitas manajemen SDM, BSI dapat meningkatkan kinerja karyawan, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan budaya kerja yang positif. Pemanfaatan media sosial dan peningkatan kualitas manajemen SDM merupakan dua kunci utama yang sangat penting bagi BSI untuk mencapai kesuksesan di era digital. Dengan menggabungkan kedua strategi ini, BSI dapat meningkatkan daya saingnya, memperluas jangkauannya, dan memberikan layanan yang lebih baik kepada para nasabahnya.

Dan untuk meningkatkan manajemen sumber daya manusia (SDM) pada Bank Syariah Indonesia, penting untuk mempertimbangkan berbagai risiko yang terkait dengan setiap transaksi perbankan. Beberapa insiden dalam transaksi keuangan dapat menyebabkan kerugian besar bagi bank, seperti penyalahgunaan prosedur keuangan bank, eksploitasi kerentanan sistem perbankan untuk menyalahgunakan dana bank, dan keterlibatan pihak eksternal yang tidak bermoral. Oleh karena itu, peningkatan kualitas manajemen SDM menjadi krusial dalam memastikan efisiensi dan keamanan operasional (Rif et al., 2023).

Penelitian yang digunakan oleh penulis ini merupakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan penulis untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti, dalam hal ini pengaruh pemanfaatan media sosial dan peningkatan kualitas manajemen SDM terhadap Bank Syariah Indonesia. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk fokus pada satu kasus tertentu secara mendalam dan terperinci. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi pemasaran dan manajemen SDM di Bank Syariah Indonesia. Temuan penelitian ini dapat membantu Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan efektivitas pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya dan meningkatkan kualitas manajemen SDM-nya, sehingga dapat meningkatkan kinerja dan daya saingnya di era digital seperti sekarang ini.

Pembahasan

Media sosial merupakan platform digital yang membuka gerbang berbagai aktivitas sosial bagi penggunaannya. Platform ini memungkinkan individu untuk saling terhubung, bertukar informasi, dan berbagi konten dalam bentuk teks, foto, dan video. Lebih dari sekadar alat komunikasi, media sosial juga menjadi wadah bagi individu untuk mengekspresikan diri, membangun komunitas, dan bahkan mempromosikan bisnis. Para ahli mendefinisikan media sosial sebagai teknologi informasi berbasis internet yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi maupun media promosi (Zulfa Rahmah et al., 2022). Media sosial membuka peluang interaksi yang lebih dekat antara berbagai pihak, termasuk konsumen dan produsen.

Platform ini juga menjadi wadah ideal untuk membangun komunitas online yang dinamis. Kemampuannya dalam menjangkau khalayak luas menjadikan media sosial bagian penting dalam strategi e-marketing, terintegrasi dengan media lain untuk memaksimalkan efektivitasnya. Praktik pemasaran melalui media sosial terus berkembang dan dimanfaatkan sebagai alat ampuh untuk mempromosikan produk, membangun citra merek, dan memperkuat brand perusahaan. Keunikan media sosial terletak pada partisipasi aktif penggunaannya. Platform ini memungkinkan siapapun untuk terlibat, memberikan kontribusi dan umpan balik secara terbuka, memberi komentar, dan menyebarkan informasi dengan kecepatan tak terbatas (Naza Refilia & Pahlawi, 2023).

Dengan menerapkan strategi digitalisasi yang tepat, Bank Syariah Indonesia akan dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk dan layanannya, serta meningkatkan kualitas layanan pada nasabahnya, yang mana hal ini akan berdampak positif pada kinerja bank dan mendukung pemulihan ekonomi nasional (Segaf et al., 2023). Bank syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, didorong oleh variasi produk yang menarik minat masyarakat. Potensi pasarnya pun tergolong besar, menjadikan Indonesia sebagai pemain kunci dalam bisnis syariah global. Namun, kontribusi aset bisnis syariah Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan aset syariah global. Negara-negara seperti Arab Saudi dan Malaysia memiliki aset bisnis syariah yang jauh lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak ruang bagi Indonesia untuk meningkatkan kontribusinya dalam industri keuangan syariah global (Nafisah, 2020). Dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional, lembaga keuangan syariah memiliki karakteristik yang lebih unik dan kompleks.

Hal ini menuntut SDM yang tidak hanya cakap dalam ilmu ekonomi keuangan, tetapi juga memiliki pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip syariah. SDM di bank syariah diharapkan memiliki kualifikasi dan kompetensi khusus, memadukan ilmu syariah dan ilmu ekonomi secara menyeluruh. Kemampuan ini menjadi kunci dalam memberikan kontribusi terhadap berbagai aspek normatif dalam operasional lembaga keuangan syariah. Contohnya, mereka harus mampu menemukan prinsip Islam yang relevan dalam bidang ekonomi, serta memiliki kecakapan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi masyarakat atau nasabah terkait sistem ekonomi syariah (Trimulato, 2018). Peningkatan kualitas SDM menjadi kunci utama bagi perbankan syariah untuk bersaing dan berkembang (Bashith et al., 2019).

Para pegawai diharuskan memiliki kompetensi sebagai ahli finance & banking expert (keuangan dan perbankan) dengan pemahaman menyeluruh tentang berbagai instrumen keuangan dan perbankan. Pengetahuan ini tidak hanya terbatas pada produk-produk bank syariah, tetapi juga mencakup struktur keuangan produk-produk bank konvensional yang menjadi tolok ukur industri. Dengan pengetahuan yang luas ini, pegawai bank syariah diharapkan mampu termotivasi untuk terus belajar dan berinovasi dalam mengembangkan produk dan sistem TI tanpa meninggalkan prinsip-prinsip syariah yang menjadi fondasi perbankan syariah (Al Hasan & Maulana, 2021).

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk

Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk pada bank syariah Indonesia dapat membantu bank untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif seperti Mempromosikan produk dan jasa perbankan syariah Bank syariah dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk dan jasa perbankan syariah yang disediakan. Yang mana Ini dapat berupa teks/tulisan, foto, atau video yang dapat menarik perhatian pengguna, Membentuk hubungan dengan pengguna Media sosial memungkinkan bank syariah Indonesia untuk membentuk hubungan dengan pengguna lebih dekat dengan nasabah sehingga Bank dapat mengirimkan pesan yang relevan dan personalisasi yang dapat membantu memperkuat reputasi bank, Media sosial juga dapat digunakan untuk mengumpulkan data tentang Nasabah yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif Bank dapat menggunakan data ini untuk mengirimkan pesan yang relevan dan menarik perhatian para nasabah,

selanjutnya Media sosial juga dapat digunakan untuk membentuk opini tentang produk atau jasa perbankan syariah.

Bank dapat menggunakan media sosial untuk menerima saran dan masukan dari pengguna, yang dapat digunakan untuk mengembangkan produk atau jasa perbankan syariah yang lebih sesuai dengan kebutuhan para Nasabah, serta dapat juga digunakan untuk mengirimkan informasi terbaru tentang bank syariah Indonesia, seperti informasi tentang tata cara pendaftaran, biaya layanan, dan lain-lain. Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk pada bank syariah ini dapat membantu bank untuk mencapai lebih banyak pengguna, mengirimkan informasi yang relevan, dan mengembangkan kualitas manajemen SDM yang lebih efektif.

Pengaruh Peningkatan Kualitas Manajemen SDM Terhadap Bank Syariah

pengaruh positif peningkatan kualitas manajemen SDM terhadap Bank Syariah Indonesia yaitu dengan cara Meningkatkan kinerja karyawan melalui berbagai cara, seperti: pengembangan kompetensi, meningkatkan motivasi, dan membangun budaya kerja yang positif yang mana dapat meningkatkan semangat kerja karyawan dan mendorong mereka untuk bekerja sama secara efektif. Meningkatkan Produktivitas, Kinerja karyawan yang tinggi akan berdampak pada peningkatan produktivitas bank. Dalam hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah nasabah, peningkatan volume transaksi, dan peningkatan laba bank. Meningkatkan Kualitas Layanan, Karyawan yang kompeten dan termotivasi akan memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas terhadap BSI.

Meningkatkan Daya Saing, bank yang memiliki SDM berkualitas tinggi akan lebih mampu bersaing dengan bank lain di industri perbankan. Yang mana hal ini dapat dilihat dari peningkatan pangsa pasar dan peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan kualitas manajemen SDM dapat memberikan banyak manfaat bagi Bank Syariah. Dengan meningkatkan kualitas SDM-nya, BSI dapat meningkatkan kinerja karyawan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan kualitas layanan, dan meningkatkan daya saingnya di industri perbankan.

Kesimpulan dan Saran

Pemanfaatan media sosial dan peningkatan kualitas manajemen SDM merupakan dua kunci utama bagi perbankan syariah di Indonesia untuk mencapai kesuksesan di era digital. Dengan mengoptimalkan kedua strategi ini, perbankan syariah di Indonesia dapat meningkatkan daya saingnya, memperluas jangkauannya, dan memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabahnya. Pemanfaatan media sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi BSI dalam memasarkan produknya seperti: Meningkatkan jangkauan pasar, Meningkatkan kesadaran merek, Meningkatkan interaksi dengan pelanggan, Mendapatkan umpan balik pelanggan, Meningkatkan penjualan. Peningkatan kualitas manajemen SDM juga dapat memberikan banyak manfaat bagi BSI seperti: Meningkatkan kinerja karyawan, Meningkatkan produktivitas, Meningkatkan kualitas layanan, Meningkatkan daya saing.

Perbankan syariah di Indonesia sebaiknya mengimplementasikan strategi yang *holistic* dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk dan peningkatan

kualitas manajemen sumber daya manusia. Dengan mengadopsi pendekatan yang terintegrasi antara pemasaran digital yang kreatif dan pengembangan SDM yang berkelanjutan sehingga dapat membuka peluang baru bagi bank ini dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional internal. Dengan memanfaatkan media sosial secara cerdas untuk berinteraksi dengan nasabah potensial dan meningkatkan keterlibatan karyawan, Sehingga Bank Syariah Indonesia dapat memperkuat citra mereknya dan memperbaiki kualitas layanan serta manajemen internalnya, yang pada gilirannya akan meningkatkan keunggulan kompetitifnya dalam industri perbankan syariah.

Daftar Pustaka

- Al Hasan, F. A., & Maulana, M. I. (2021). Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Insani di Lembaga Keuangan Syariah dalam Menghadapi Persaingan Global. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, 3(1), 27–36. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3795>
- Bashith, A., Amrullah, A. M. K., Yunus, M., & Amin, S. (2019). *Penguatan pendidikan kewirausahaan dan pendampingan pengelolaan sumberdaya dengan Sistem Manajemen Mutu Model Salafi (SM3S) di Pesantren Darus Sholawat Madiun*.
- Kusuma Wardana, G., & Masrurroh, S. A. (n.d.). Islamic Financial Bank Performance in the World. *PROCEEDING OF INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENGINEERING, TECHNOLOGY, AND SOCIAL SCIENCE*, 3, 2022.
- M.Rif'an, S. P. (2023). Enrichment: Journal of Management Risk management strategy for the problem of borrowing money for Islamic commercial banks. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 2).
- Nafisah, R. (2020). AT-TASYRI' *Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah STRATEGI MANAJEMEN SUMBER DAYA INSANI PADA PROSES KONVERSI BPR MUSTAQIM ACEH (Analisis Realitas dan Idealitas Kualifikasi Sumber Daya Insani Berdasarkan Nilai-Nilai Islam)*. 12(1). <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/TasyriAT-TASYRI>
- Naza Refilia, D., & Pahlawi, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah Indonesia (Dea Naza Refilia) PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA. In *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* (Vol. 4, Issue 1).
- Rozi, M. F. (2017). Penerapan Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Prinsip Komunikasi dalam Islam. *IQTISHODUNA*, 13(1), 11–21.
- Segaf, S., Susanto, R. M., Retnasih, N. R., & Sarif, R. (2023). Revolutionizing Resilience: MSMEs' Journey with Digital Strategies in Post-Pandemic Recovery. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8(3), 203. <https://doi.org/10.32503/jmk.v8i3.4145>
- Siswanto. (2011). Creating the Superior Islamic Banking Through Improving Quality of Human Resources. In *Soc. Sci* (Vol. 5, Issue 2).
- Trimulato, T. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia Islam Bagi SDM di Bank Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 5(2), 238–265. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v5i2.1627>

- Wafie, S., & Segaf, S. (2023). Pemanfaatan Informasi Dan Teknologi Dalam Implementasi Manajemen Pengendalian Risiko Likuiditas Di Bmt Ugt Nusantara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3380. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9481>
- Zulfa Rahmah, Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP UMKM DI DESA KINTELAN (STUDI KASUS UMKM DI DESA KINTELAN KELURAHAN PURI KABUPATEN MOJOKERTO).