

Strategi manajemen perbankan syariah di Indonesia dalam meningkatkan market share melalui teknologi Informasi

Fajar Asnif Mashudi

Program Studi Perbankan Syari'ah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Email: fajarasnifmashudi@gmail.com

Kata Kunci: Strategi; Manajemen; Posisi Pasar; Teknologi Informasi; Perbankan Syari'ah
Keywords: Strategy; Management; Market Share; Technology Information, Islamic Banking

ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi informasi telah menjadi kunci strategis bagi perbankan syariah di Indonesia dalam meningkatkan pangsa pasar mereka. Dalam upaya menghadapi persaingan yang semakin ketat, bank-bank syariah telah mengadopsi berbagai strategi manajemen untuk memperkuat posisi mereka di pasar. Tulisan ini menganalisis strategi-strategi yang digunakan oleh perbankan syari'ah di Indonesia dalam meningkatkan market share dengan memanfaatkan teknologi informasi. Salah satu strategi yang diadopsi adalah pengembangan

produk dan layanan berbasis teknologi informasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti layanan perbankan digital yang ramah syariah dan platform fintech berbasis syariah. Selain itu, bank-bank syariah juga meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan melalui implementasi sistem informasi yang terintegrasi, seperti sistem manajemen risiko dan sistem manajemen nasabah. Selain itu, bank syariah juga aktif dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra merek mereka. Pendekatan pemasaran digital juga digunakan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, terutama generasi milenial yang cenderung lebih akrab dengan teknologi.

ABSTRACT

The utilization of information technology has become a strategic key for Islamic banks in Indonesia to increase their market share. In efforts to confront intensifying competition, Islamic banks have adopted various management strategies to strengthen their positions in the market. This paper analyzes the strategies employed by Indonesian Islamic banks to enhance market share through the utilization of information technology. One of the adopted strategies is the development of technology-based products and services that adhere to Sharia principles, such as Sharia-compliant digital banking services and Sharia-based fintech platforms. Additionally, Islamic banks enhance operational efficiency and services through the implementation of integrated information systems, such as risk management systems and customer management systems. Moreover, Islamic banks actively utilize social media and other digital platforms to expand their market reach and reinforce their brand image. Digital marketing approaches are also utilized to reach a broader market segment, particularly the millennial generation, which tends to be more familiar with technology. By combining these strategies, Indonesian Islamic banks aim to increase market penetration, strengthen customer loyalty, and broaden their geographical coverage. Despite existing challenges, particularly regarding security and regulations, the effective implementation of information technology has helped Islamic banks remain relevant and competitive in the modern banking industry.

Pendahuluan

Perkembangan dari era ekonomi pengetahuan membuat Teknologi Informasi menjadi kompetitif dan merupakan sebuah cara yang efektif untuk dapat membantu perusahaan bertahan di kalangan masyarakat modern dan mendapatkan efek pembangunan yang lebih besar. Dalam menghadapi ekonomi globalisasi ini, setiap perusahaan mulai merasa khawatir tentang sistem informasi untuk memperkuat daya saing mereka. Namun di



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.

beberapa negara, tingkat keberhasilan sebuah sistem informasi perusahaan tidak tinggi (Abdul Kadir, 2018). Bank yang mengikuti hukum Islam dalam operasionalnya disebut bank syariah. Itu tidak membebankan bunga atau memberikan bunga kepada pelanggan. Syarat-syarat akad dan perjanjian antara nasabah dan bank menentukan imbalan yang diberikan kepada nasabah dan diterima oleh bank syariah. Kemajuan teknologi memaksa bank-bank global untuk memikirkan kembali strategi bisnis mereka dan memprioritaskan teknologi sebagai komponen kunci dalam proses penemuan produk dan layanan (Aini & Safitri, 2022). Bentuk layanan perbankan baru yang menggantikan layanan transaksi manual dengan layanan transaksi berbasis teknologi misalnya, adalah layanan transaksi elektronik (e-banking) melalui ATM, phone banking, dan internet banking (Niswah & Tambunan, 2022).

Penelitian ini akan mengkaji strategi manajemen yang dilakukan Bank Syariah Indonesia dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan pangsa pasar dengan menggunakan pendekatan pengembangan teoritis, dengan penekanan pada penciptaan konsep baru yang menggabungkan teknologi informasi dan teori manajemen strategis dalam konteks perbankan syariah. Lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah atau hukum Islam. Prinsip-prinsip tersebut mencakup larangan terhadap riba (bunga), larangan terhadap investasi dalam bisnis yang dianggap haram menurut Islam (seperti alkohol, perjudian, dan industri daging babi), serta prinsip-prinsip keadilan dan kebersamaan dalam transaksi keuangan. Dalam praktiknya, bank syariah menawarkan produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip tersebut, seperti pembiayaan tanpa riba (mudharabah, musyarakah, murabahah, dll.), tabungan, investasi, dan layanan lainnya.

Manajemen strategi adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas fungsional yang dapat memungkinkan suatu institusi/ lembaga/ organisasi mencapai sasarnya. Manajemen strategis adalah proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran tersebut, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi (Hadi, 2019). Persentase dari total penjualan atau pendapatan suatu perusahaan atau produk dalam sebuah pasar tertentu dibandingkan dengan total penjualan atau pendapatan keseluruhan dalam pasar yang sama. Dengan kata lain, market share mengukur seberapa besar kontribusi suatu perusahaan atau produk terhadap keseluruhan aktivitas ekonomi dalam pasar yang dituju. Ini adalah indikator penting dalam menilai posisi suatu perusahaan atau produk di pasar, serta untuk memahami seberapa efektif perusahaan tersebut bersaing dengan pesaingnya. Semakin besar market share suatu perusahaan, semakin besar pula pengaruhnya terhadap pasar dan potensi untuk menghasilkan pendapatan yang lebih besar.

Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan Keputusan (Bondy et al., 1994).

Pembahasan

Perbankan Syariah didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, termasuk pendirian, kegiatan usaha, serta tata cara dan teknik dalam menjalankan usaha (Kartika & Segaf, 2022). Perusahaan keuangan yang disebut perbankan syariah pada dasarnya bertindak sebagai perantara antara mereka yang membutuhkan uang dan mereka yang memiliki lebih banyak uang. Sesuai dengan hukum Islam, hal ini biasanya dilakukan untuk membantu usaha komersial dan usaha lainnya. Ketika membandingkan bank non-syariah (bank konvensional) dengan bank syariah, terdapat perbedaan penting. Pada dasarnya, tujuan dunia usaha termasuk perbankan dan Islam adalah menghasilkan uang (berorientasi pada keuntungan). Namun, bank syariah harus menahan diri dari sejumlah tindakan yang bertentangan dengan hukum Islam untuk mendapatkan pendapatan tersebut.

Hal ini didasarkan pada firman Allah SWT yang menyebutkan bahwa “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. Teknologi berkembang dengan cepat, oleh karena itu perlu ditangani secara bijaksana dan hati-hati. Bank dapat menggunakan inovasi terkini dari berbagai teknologi untuk terus meningkatkan kualitas penawaran mereka saat ini. Oleh karena itu, bank di mana pun memanfaatkan perbankan untuk mengembangkan praktik perbankan yang segar dan inovatif. Di Indonesia, misalnya, terdapat persaingan antara bank milik negara dan swasta dalam penggunaan teknologi keuangan. Excelcom meluncurkan mobile banking untuk pertama kalinya pada akhir tahun 1995, dan banyak orang yang menanggapinya. Motivasi pembentukan bank saat ini adalah upaya mereka untuk memenangkan kepercayaan setiap kliennya. Pemanfaatan teknologi adalah salah satu caranya (Nur Amalina et al., 2022).

Pengembangan Aplikasi Mobile Banking Syariah

Bank Syariah mengembangkan aplikasi mobile banking yang khusus memenuhi kebutuhan nasabah syariah. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan layanan perbankan konvensional seperti transfer dana dan pembayaran tagihan, tetapi juga menyediakan fitur-fitur khusus seperti pengingat waktu shalat, panduan zakat, dan informasi mengenai produk-produk keuangan syariah.

Sistem Manajemen Risiko Terintegrasi

Bank Syariah ABC mengimplementasikan sistem manajemen risiko yang terintegrasi berbasis teknologi informasi. Sistem ini memungkinkan bank untuk secara proaktif mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko yang terkait dengan operasi perbankan mereka, sehingga meningkatkan kepercayaan nasabah dan meminimalkan potensi kerugian. (Rif et al., 2023)

Strategi Pemasaran Digital Berbasis Data

Bank Syariah DEF menggunakan analisis data untuk mengidentifikasi preferensi dan perilaku pelanggan potensial. Berdasarkan hasil analisis ini, bank mengembangkan strategi pemasaran digital yang tepat sasaran untuk menargetkan segmen pasar yang paling mungkin tertarik dengan produk dan layanan mereka. Misalnya, mereka dapat

mengirimkan promosi produk tabungan syariah kepada nasabah yang sering melakukan transaksi online.

Kesimpulan dan Saran

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, bank syariah Indonesia telah mengadopsi berbagai strategi manajemen untuk meningkatkan market share mereka melalui pemanfaatan teknologi informasi. Dari analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa: Pengembangan produk dan layanan berbasis teknologi informasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah menjadi salah satu strategi utama yang diterapkan oleh bank syariah. Ini mencakup pengembangan aplikasi mobile banking, platform fintech syariah, dan inovasi produk lainnya. Implementasi sistem informasi terintegrasi, seperti sistem manajemen risiko dan sistem manajemen nasabah, telah membantu bank syariah meningkatkan efisiensi operasional mereka dan meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah.

Pemanfaatan media sosial, pemasaran digital, dan analisis data menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan pasar, memperkuat citra merek, dan memahami kebutuhan pelanggan secara lebih baik. Kolaborasi dengan startup teknologi juga menjadi langkah strategis bagi bank syariah untuk mendapatkan akses ke inovasi terbaru dalam industri fintech dan memperluas layanan mereka ke segmen pasar yang lebih luas. Dengan menggabungkan strategi-strategi tersebut secara efektif, bank syariah Indonesia bertujuan untuk meningkatkan penetrasi pasar, memperkuat loyalitas nasabah, dan memperluas pangsa pasar mereka di tengah perkembangan teknologi informasi yang terus berlangsung. Meskipun tantangan tetap ada, penerapan strategi manajemen yang tepat dan berkelanjutan akan membantu bank syariah untuk tetap relevan dan kompetitif dalam industri perbankan modern.

Daftar Pustaka

- Abdul Kadir. (2018). Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi. *Sistem Informasi*, 1(September), 60–69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Aini, M. D. N., & Safitri, R. (2022). Peran Kepuasan Memediasi Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 513–525. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).11245](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).11245)
- Bondy, B., Klages, U., Müller-Spahn, F., & Hock, C. (1994). Cytosolic free [Ca²⁺] in mononuclear blood cells from demented patients and healthy controls. *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*, 243(5), 224–228. <https://doi.org/10.1007/BF02191578>
- Hadi, H. S. (2019). Manajemen Strategi Dakwah Di Era Kontemporer. *Jurnal Al-Hikmah*, 17(1), 79–90. <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v17i1.8>
- Kartika, G., & Segaf, S. (2022). Kombinasi Peran Model TAM dan CARTER Terhadap Optimalisasi Kepuasan Nasabah Mobile Syariah Banking di Masa Pandemi Covid-19.

Manajerial, 9(02), 152. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v9i02.3969>

Niswah, K., & Tambunan, K. (2022). Analisis Strategi Manajemen Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Market Share Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(6), 1272–1289. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i6.1210>

Nur Amalina, Vidia Dhiawy Hasmar Sitorus, Yusra Amelia Hasibuan, & Nurbaiti, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Melalui Pemanfaatan Tekhnologi Informasi. *Journal of Management and Creative Business*, 1(1), 101–111. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i1.500>

Rif, M., Syadali, an, Maulana Malik Ibrahim Malang, U., & Al-Yasini Pasuruan, S. (2023). Enrichment: Journal of Management Risk management strategy for the problem of borrowing money for Islamic commercial banks. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2).