

## Strategi Digitalisasi Teknologi dalam Pemasaran Bank Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Probolinggo)

Fia Ayuning Pertiwi

Sekolah Tinggi Agama Islam Muhammadiyah Probolinggo

E-mail: [fia.ayuningpertiwi@gmail.com](mailto:fia.ayuningpertiwi@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 22 Februari 2024

Revised: 05 Maret 2024

Accepted: 07 Maret 2024

**Keywords:** *The Digitalization Strategy, Shariah Banking Marketing*

**Abstract:** *The muamalat bank branch office in Probolinggo has introduced various digital financial technology-based service, such as virtual account, M-Banking (M-DIN) and ATMs to meet the needs of customers in managing financial transactions. The purpose of this research is to identify competitive marketing strategies in Muamalat banking. This qualitative field research employs interviews and documentation to obtain data. The primary data source is interviews with muamalat bank leaders, while secondary sources are drawn from written works or other types of documentation to complement primary data. Based on the research findings, muamalat bank branch office in Probolinggo requires sustained introduction steps to enhance the effective and efficient use of the systems, as there are still customers unfamiliar with muamalat fintech digital services.*

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat seiring waktu memberikan perubahan signifikan pada sektor publik yang harus beradaptasi dengan kecanggihan teknologi digital (Nisa et al., 2024). Berdasarkan hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia periode 2022-2023 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 213,63 juta pengguna dibandingkan periode sebelumnya mencapai 210,03 juta pengguna (Gunawan et al., 2023). Perubahan teknologi telah memberikan dampak signifikan pada beberapa sektor, termasuk sektor perbankan (Iksan et al., 2024). Kemajuan teknologi komunikasi, terutama internet dan telepon telah menghasilkan evolusi dalam sistem pembayaran yang dikenal sebagai layanan perbankan digital di sektor perbankan (Nurhaliza et al., 2024).

Permasalahan dalam inovasi digital Bank Muamalat dapat melibatkan sejumlah factor yang mempengaruhi penerapan dan perkembangan teknologi dalam layanan keuangan Syariah. Sejumlah tantangan yang mungkin dihadapi oleh Bank Muamalat dalam inovasi digital mencakup pemahaman nasabah, tingkat adopsi oleh masyarakat, integrasi layanan, keamanan serta kepatuhan Syariah, persaingan di sektor fintech, serta teknologi dan infrastruktur termasuk pembaruan holistik yang melibatkan aspek teknologi, regulasi, pendidikan nasabah, dan strategi bisnis yang terencana dengan matang (Kasman et al, 2023). Secara khusus telah terjadi perkembangan signifikan dalam system pembayaran yang dikenal sebagai layanan perbankan daring di dalam ranah perbankan (Metkono et al., 2024).

Proses digitalisasi dalam sektor perbankan sangat erat kaitannya dengan perkembangan teknologi internet yang memungkinkan bank terhubung secara daring dan terbatas pada lokasi fisik (Aysan et al., 2022). Berdasarkan sumber statistik perbankan Indonesia pada jumlah pengguna layanan mobile banking di Indonesia tahun 2022 mencapai 37.712.000 (Setyaningrat et al., 2023). Lonjakan penggunaan internet banking di Indonesia setiap tahun mendorong bank-bank untuk terus berinovasi guna mempermudah transaksi pembayaran dan transfer uang bagi nasabah (Junawan, 2020).

Perbankan merancang strategi yang responsive terhadap dinamika perkembangan dengan mengakui bahwa era ekonomi digital membawa peluang signifikan sekaligus tantangan serius bagi sektor perbankan yang tengah bertransformasi ke ranah perbankan digital dengan focus utama pada perlindungan nasabah yang sudah ada dan menarik perhatian nasabah milenial yang baru (Erlindawati, 2023).

Dengan demikian, mengikuti perkembangan teknologi merupakan salah satu strategi pemasaran Bank Muamalat Probolinggo dalam menghadapi era digital saat ini (Imelda, 2021). Meskipun begitu, semakin canggih teknologi akan membawa potensi risiko.

Salah satu risiko yang perlu diperhatikan adalah terkait layanan fintech di Bank Muamalat Probolinggo, khususnya pada penggunaan aplikasi Muamalat Digital Islamic Network (M-DIN) (Takdir, 2021). Nasabah yang lupa kode TIN (kode transaksi M-DIN) dapat menghadapi risiko terblokirnya akses M-DIN setelah tiga kali salah input PIN serta kemungkinan lain yang disebabkan oleh kurangnya kebiasaan dalam menggunakan layanan tersebut (Risfany, 2022).

## **LANDASAN TEORI**

Transformasi digital dalam sektor keuangan merupakan suatu proses formal yang focus pada integrasi seluruh layanan perbankan ke dalam berbagai platform (Saputri, 2021). Hal ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang positif dan menyenangkan bagi nasabah dalam membantu perusahaan meningkatkan kualitas layanan. Proses digitalisasi perbankan mencakup aspek mulai dari pembukaan rekening simpanan dalam pelaksanaan transaksi baik di dalam satu bank maupun antar bank hingga pengajuan kredit agar dapat diakses dan dilakukan melalui teknologi (Setyaningrat et al, 2023).

Penerapan digitalisasi dalam sektor perbankan juga diharapkan dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan tingkat tinggi bagi nasabah dan perusahaan penyedia layanan keuangan untuk melampaui kualitas layanan manual (Utama, 2021). Strategi digital merupakan konsep yang muncul dari perpaduan antara sistem informasi dan strategi manajemen (Hartanto, 2023). Konsep ini mencerminkan integrasi strategi bisnis dengan teknologi informasi dimana teknologi digital menjadi unsur kunci dalam mengimplementasikan strategi perbedaan (Hidayatullah et al, 2023). Dalam hal ini, peran strategi teknologi informasi dan strategi bisnis tidak dapat dipisahkan sehingga teknologi informasi internal dapat dioptimalkan untuk menciptakan keunggulan bersaing (Rifai et al, 2022). Pengembangan strategi digital melibatkan perencanaan dan pengelolaan strategi jangka Panjang yang efektif yang berfokus pada perspektif organisasi dan bisnis yang berdampak pada teknologi digital (Sari et al, 2024).

Dalam strategi digital yang terdapat dua komponen utama yaitu strategi sistem informasi dan strategi teknologi informasi. Keduanya saling terkait dalam rencana strategis digital melalui sistem informasi menjadi aplikasi yang memenuhi kebutuhan perusahaan dan teknologi informasi menyediakan dukungan agar aplikasi tersebut dapat beroperasi dengan optimal untuk meningkatkan daya saing dan merangsang inovasi perusahaan (Ardianto et al, 2024).

## **METODE PENELITIAN**

Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi. Proses wawancara dilakukan dengan semiterstruktur yang berarti pertanyaan sudah disediakan. Namun, ini tidak terbatas pada pertanyaan yang sudah disediakan. Namun, ini tidak terbatas pada pertanyaan-pertanyaan tersebut karena informan juga diminta untuk memberikan ide atau pendapat mereka. Data yang digunakan terdiri dari sumber primer yang diperoleh melalui wawancara dengan manajer, pelanggan layanan, dan nasabah Bank Muamalat Probolinggo. Sumber sekunder diperoleh melalui studi Pustaka atau dokumentasi untuk melengkapi data primer.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setiap bank mempunyai Langkah dan strategi dalam mencapai tujuan visi dan misi masing-masing (Anhar, 2023). Pendekatan terbaik dalam merancang strategi digital bagi sebuah organisasi adalah dengan menerapkan strategi partisipasi pelanggan yang bertujuan untuk menciptakan nilai dan inovasi secara bersamaan bagi pelanggan (Wulandari et al, 2023). Tujuan utama dari strategi ini adalah memanfaatkan pengalaman pribadi pelanggan untuk membangun loyalitas dan mengubah pendekatan terhadap pasar. Pendekatan ini memberikan keunggulan bagi mereka yang mampu menyajikan pengalaman langsung kepada pelanggan sambil membatasi pengembangan dan penjualan produk keuangan. Strategi digital merupakan suatu pendekatan bisnis yang bertujuan untuk merespon perubahan kebutuhan pasar dengan tetap menggali inspirasi dari teknologi yang canggih dan sederhana digunakan. Pendekatan ini membantu organisasi dalam mengelola semua aspek digital mereka sesuai dengan tujuan bisnis yang ditetapkan (Tartila et al, 2022).

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang pesat mengikuti pemasaran digital dalam menggunakan media digital yang memudahkan Bank Muamalat Probolinggo menggunakan aplikasi M-Banking untuk pelanggan membuka rekening dengan nama Muamalat DIN sehingga pelanggan dapat melakukan transaksi tanpa harus pergi ke Bank Muamalat (Syathori, 2022). Berbagai inovasi muamalat DIN sekarang tersedia untuk semua pengguna, baik nasabah maupun non-nasabah (Musdalifah et al, 2023). Untuk mencapai tujuan bank muamalat tidak lagi bergantung pada perjanjian karena ada yang setuju dan yang lain lebih tertarik bagaimana bank Syariah dapat bersaing dengan bank lain di era sekarang muamalat DIN menyempurnakan aplikasi muamalat sebelumnya dengan fitur yang lebih menarik (Takdir, 2021). Pengguna atau konsumen sangat penting dalam penggunaan produk atau aplikasi karena mereka bertujuan untuk membangun, meningkatkan dan mengevaluasi kualitas produk (Yunita et al, 2023). Ketersediaan fitur layanan adalah elemen kunci dalam membangun kepercayaan konsumen dalam memutuskan apakah mereka akan melakukan transaksi secara daring (Zahra et al, 2023). Faktor kepercayaan dalam e-commerce adalah perkiraan subjektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi online secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan (Rabiah et al, 2020).

Aplikasi muamalat DIN mempunyai manfaat yaitu nonfinansial yang dilengkapi dengan informasi produk dan layanan yang membuat pengguna lebih mudah memahami berbagai produk muamalat (Zahra et al, 2023). Dalam aplikasi ini, tersedia segala fasilitas modern berbasis nilai-nilai islam yang tidak hanya memudahkan transaksi keuangan dan perbankan tetapi juga memberikan dukungan untuk aktivitas sehari-hari muslim seperti menentukan waktu salat, arah kiblat, menghitung zakat dan menyajikan hadis-hadis harian (Ervina et al, 2023).

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa muamalat DIN merupakan hal penting. Promosi produk harus melibatkan seluruh tim dalam memasarkan dan memberikan informasi kepada nasabah mengenai produk jasa. Implementasi jaringan muamalat DIN memiliki dampak positif terhadap peningkatan efisiensi layanan dalam era digitalisasi. Penggunaan muamalat DIN tidak hanya menyediakan kemudahan dalam pelayanan kepada nasabah namun juga mengoptimalkan penggunaan waktu dalam memberikan keamanan transaksi serta meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan.

## DAFTAR REFERENSI

- Anhar, M, Z., Marliyah., & Nurlaili. (2023). Analysis of the marketing strategy of hajj financing products (prohajj) at PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Medan city hall. *Indonesia Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 6(3), 2475-2489.
- Ardianto, R., Ramdhani, R, F., Dewi, L, O, A., Prabowo, A., Saputri, Y, W., Lestari, A, S., & Hadi, N. (2024). Transformasi digital dan antisipasi perubahan ekonomi global dalam dunia perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80-88.
- Aysan, A, F., Belatik, A., Unal, I, M., & Ettaai, R. (2022). Fintech strategies of islamic banks: A global empirical analysis. *Fintech*, 1, 206-215.
- Erlindawati., Hendri, Z., Suhartini, A., & Eryana. (2023). Sharia banking strategy in dealing with financial technology a review of the literature. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 216-230.
- Ervina, N., Wartu, R., & Yanti, N. (2023). Penerapan layanan muamalat DIN dalam kemudahan bertransaksi pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Serdang. *El-Muitama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1053-1060.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi media sosial, youtube, instagram dan whatsapp ditengah pandemi covid-19 dikalangan masyarakat virtual Indonesia. *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 4(1), 41-57.
- Kasman, F, R., & Ruslan, A. (2023). Inovasi keuangan digital mobile banking syariah terhadap perkembangan bank syariah. *IEB Journal*, 5(2), 1-17.
- Gunawan, A, Z., & Kencana, W, H. (2023). Influence of traveloka's instagram social media advertising on sumba on followers' visit decisions. *Pancasila International Journal of Applies Social Science*, 2(1), 55-68.
- Hartanto, A., & Wahyuningtyas. (2023). Market share improvement strategy formulation through application digital platform in sharia bank of Indonesia. *Research in Business & Social Science*, 12(7), 114-125.
- Hidayatullah, M, T., Asbari, M., Ibrahim, M, I., & Faidz, A, H, H. (2023). Urgensi aplikasi teknologi dalam pendidikan di Indonesia. *JISMA: Journal of Information Systems and Management*, 2(6), 70-73.
- Iksan, M, N., Hakim, S., & Asianingrum, A, H. (2024). Pengaruh teknologi informasi, risiko, dan handling complaint terhadap minat nasabah BSI Kota Palangka Raya dalam menggunakan internet banking. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer*, 4(1), 26-42.
- Imelda, T., Mahmudah, N., & Liberty. (2021). Analisis strategi pemasaran bank syari'ah berbasis digital fintech terhadap pelayanan nasabah. *FINANSIA: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah*, 4(2), 131-154.
- Musdalifah, I., Putri, D, C., & Putri, N, A. (2023). Implementasi pembukaan tabungan IB hijrah melalui MDIN pada bank muamalat KC Jember. *Jurnal Pedama S (Pengabdian Kepada*

- Masyarakat), 1(4), 922-928.
- Metkono, D. M., Ballo, F. W., & Tungga, C. A. (2024). Preferensi konsumen terhadap layanan M-banking (studi kasus pada bank NTT). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 42-50.
- Nisa, R. K., Bharim, S. M. S., & Kustiwi, I. A. (2024). Teknologi digital dan transformasi internal audit terhadap perlakuan laporan keuangan: studi literatur. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(2), 263-277.
- Nurhaliza., Fadhil, M. I., Kurniawan, D., & Nurbaiti. (2024). Analisis persepsi mahasiswa FEBI UINSU mengenai mobile banking bank syariah di Indonesia. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1), 22-29.
- Rabiah, A. S., Fahlevi, M., Juhandi, N., & Winarto, P. (2020). Haruskah E-Payment trust diterapkan E-Commerce sebagai faktor kepuasan konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2742-2743.
- Rifai, D., Fitri, S., Ramadhan, I. N., & Ramadan, R. (2022). Perkembangan ekonomi digital mengenai perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi. *ADI Bisnis Digital*, 48-52.
- Risfany, S., & Hasibuan, R. R. A. (2022). Penerapan layanan muamalat DIN dalam kemudahan bertransaksi pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Stabat. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 382-390.
- Sari, D., Jahara, R., Dalila, T. R., & Nurbaiti. (2024). Optimalisasi manajemen sumber daya data untuk mengatasi tantangan digitalisasi dalam operasional bank syariah. *JREA: Journal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 2(1), 71-77.
- Saputri, O. B. (2021). Analisis swot transformasi digital transaksi keuangan pemerintah daerah dalam mendukung inklusi keuangan. *INOVASI: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*, 17(3), 482-494.
- Setyaningrat, D., Mushlihin, I. A., & Zunaidi, A. (2023). Strategi digitalisasi untuk mendorong inklusi keuangan nasabah bank syariah: pendekatan technology acceptance model (TAM). *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 2(1), 54-75.
- Syathori, A., Umam, A. K., & Noviani, A. (2022). Strategi pemasaran produk IB hijrah haji pada bank muamalat KCP Indramayu. *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance*, 1(2), 56-62.
- Takdir, A. (2021). Inovasi keuangan digital islamic network (DIN) terhadap optimalisasi pelayanan jasa perbankan di era digital (studi kasus bank muamalat). *IBF JOURNAL: Perbankan Syariah & Keuangan*, 1(2), 103-118.
- Tartila, M., & Asmuni. (2022). Strategi industri perbankan syariah dalam menghadapi era digital. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 1-7.
- Utama, A. S. (2021). Digitalisasi produk bank konvensional dan bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-undangan dan Pranata Sosial*, 113-126.
- Wulandari, E. M., & Indriastuti, M. (2023). Digital transformation in the economic growth of Indonesia sharia bank services. *Islamic Economics Journal*, 9(2), 213-239.
- Yunita, I. R., Baihaqi, W. M., Damayanti, A. S., & Akhaerunnisa, L. (2023). Analisis performa algoritma klasifikasi pada sentiment ulasan pengguna terhadap aplikasi muamalat DIN. *Cogito Smart Journal*, 9(2), 241-251.
- Zahra, J. F. A., Asy'ari, M. A., & Efendi, G. G. K. (2023). Sosialisasi pengenalan manfaat penggunaan layanan perbankan Syariah melalui aplikasi MDIN. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 253-258.