

Strategi Marketing Bank Syariah di Era Digital

Mariyam Ulfa¹ · Muhammad Iqbal Fasa²

¹Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

E-mail: maryamulfa2222@gmail.com, miqbalfasa@radenintan.ac.id

Abstract

Artikel ini membahas tentang strategi pemasaran bank syariah di era digital. Dalam konteks pertumbuhan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen, bank syariah harus menerapkan strategi pemasaran yang inovatif dan adaptif. Dengan menggunakan platform digital seperti media sosial dan aplikasi seluler, bank syariah dapat meningkatkan kesadaran akan produknya, memperluas pasarnya, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabahnya. Transformasi digital juga menciptakan peluang inovasiproduk dan layanan, tetapi juga menghadapi tantangan seperti keamanan data dan perlindungan privasi. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya strategi pemasaran yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi untuk meningkatkan daya saing bank syariah di pasar yang semakin kompetitif.

Abstrak

This article discusses the marketing strategy of Islamic banks in the digital era. In the context of growing information technology and changing consumer behavior, Islamic banks must implement innovative and adaptive marketing strategies. By using digital platforms such as social media and mobile applications, Islamic banks can increase awareness of their products, expand their market, and build stronger relationships with their customers. Digital transformation also creates opportunities for product and service innovation, but also faces challenges such as data security and privacy protection. This research provides insights into the importance of marketing strategies adapted to technological developments to improve the competitiveness of Islamic banks in an increasingly competitive market.

Keywords : Islamic bank , marketing strategy, Digital Era.

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6408>

1. PENDAHULUAN



Di Indonesia, kemajuan teknologi informasi telah mendorong pesatnya perkembangan layanan perbankan syariah. Teknologi modern membutuhkan berbagai komponen untuk beradaptasi dan berkembang. Setiap bank berusaha menawarkan produk dengan kualitas premium disertai dengan strategi pemasaran yang berbeda-beda. Sebelum memasuki era digital, bank syariah berada pada tahap pengenalan diri dan edukasi masyarakat tentang prinsip-prinsip syariah. berlaku untuk operasi mereka. Saat itu, bank syariah mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti periklanan, seminar, dan peningkatan kesadaran. Menurut David, strategi adalah proses merumuskan, merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi keputusan yang diambil untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan menggunakan platform online seperti media sosial, situs web, dan kampanye email, bank syariah dapat mempromosikan produk mereka dan nilai-nilai syariah ke khalayak yang lebih besar melalui pemasaran digital. Bank syariah dapat menggunakan teknologi digital untuk menjangkau segmen pasar yang lebih khusus dan menyampaikan pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Ini akan meningkatkan reputasi merek dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Ini sangat penting untuk memperkuat posisi bank syariah di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis (Wibowo, Khasanah, and Putra 2022).

Di era globalisasi ini, Indonesia telah mengalami perkembangan teknologi yang sangat pesat khususnya di bidang teknologi informasi. Teknologi informasi telah menjadi kebutuhan yang mendesak, membantu individu dalam menyelesaikan berbagai permasalahan secara cepat dan efisien. Komputer yang merupakan salah satu aspek utama dalam teknologi informasi saat ini memegang peranan yang sangat penting dalam dunia globalisasi.

Pemasaran syariah adalah pemasaran tingkat tertinggi, yaitu pemasaran spiritual, yang menjunjung etika, nilai, dan standar. Manusia tidak hanya menghitung untung dan rugi saja, tidak lagi terpengaruh oleh hal-hal dunia. Panggilan jiwa itulah jiwa, karena mengandung nilai-nilai spiritual. Selain itu, dalam pemasaran syariah, bisnis yang datang dengan keikhlasan hanya mencari keridhaan Allah, begitu pula segala bentuk transaksinya. Jika Allah menghendaki, maka ia akan menjadi seorang yang beribadah di hadapan Allah. Ini akan menjadi modal dasar dan inti yang memungkinkan kami menjadi perusahaan yang lebih besar, dengan jiwa merek, kharisma, keunggulan dan keunikan yang tak tertandingi. Unsur-unsur tersebut sering dilanggar oleh



pemasaran konvensional sehingga menyebabkan banyak konsumen kecewa terhadap barang atau jasa yang dibelinya karena berbeda dengan apa yang dijanjikan pemasar.

Menghadapi era digital saat ini, sistem perbankan syariah perlu melakukan beberapa perubahan untuk melangkah ke arah yang lebih baik. Linggadjaya mengutip Jennifer Alexandra menulis bahwa ada 5 bidang transformasi digital, antara lain nilai, inovasi, data, persaingan, dan pelanggan (Linggadjaya, Sitio, dan Situmorang 2022). 5 hal ini merupakan indikator yang harus diperhatikan oleh bank agar dapat beradaptasi dan bergerak mengikuti perkembangan teknologi di era ini. digital. Perusahaan mampu berevolusi dalam perkembangan aktivitasnya dan memanfaatkan segala teknologi untuk meningkatkan dan mengembangkan daya saingnya, terutama dengan meningkatkan jumlah pelanggan. Salah satu faktor yang dianggap penting untuk mempengaruhi peningkatan jumlah pelanggan adalah pemasaran digital (Lazuardi et al. 2022).

Dalam konteks perbankan syariah, pemasaran digital menjadi semakin penting dalam upaya memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran terhadap produk dan layanan syariah, serta membangun hubungan yang kuat dengan calon nasabah. Pemasaran digital memungkinkan bank syariah menyampaikan pesan yang relevan tentang nilai-nilai syariah, keunggulan produk, dan kesadaran sosial kepada khalayak yang lebih luas melalui platform online seperti media sosial, situs web, dan kampanye email. Dengan memanfaatkan teknologi digital, bank syariah dapat menjangkau segmen pasar yang lebih spesifik dan mengirimkan pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga memperkuat brand image dan meningkatkan keterlibatan nasabah. Hal ini berperan penting dalam memperkuat posisi bank syariah di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis (Wibowo, Khasanah dan Putra 2022).

Bank syariah beroperasi sesuai dengan hukum Islam, yang melarang praktik tertentu seperti riba, serta investasi di bidang seperti alkohol dan perjudian. Perbaikan kinerja keuangan ini berdampak signifikan terhadap upaya bank dalam menjaga kepercayaan nasabah deposan untuk tetap menggunakan jasa perbankan. Kemampuan bank syariah dalam mengelola dananya merupakan prinsip fundamental yang harus dikembangkan untuk meningkatkan kinerja keuangan bank syariah. Transformasi Hal ini tidak hanya terjadi dalam skala kecil, namun juga secara luas dan cepat, mencakup berbagai aspek operasional dan layanan perbankan. Contoh yang menonjol adalah



pengembangan aplikasi mobile banking yang memungkinkan nasabah mengakses layanan perbankan syariah dengan mudah dan cepat melalui perangkat selulernya. Selain itu, platform fintech yang mengusung prinsip syariah juga menjadi sorotan (Alfarizi et al., 2023),

Selain itu, transformasi digital juga menciptakan berbagai peluang baru bagi perbankan syariah dalam hal inovasi produk dan layanan. Contohnya adalah berkembangnya platform fintech yang menerapkan prinsip syariah sehingga nasabah dapat bertransaksi online dengan lebih mudah dan efisien. Inovasi ini tidak hanya memperluas cakupan layanan perbankan syariah, namun juga menciptakan ekosistem yang lebih dinamis dan kompetitif di sektor keuangan.(Darmalaksana, 2022).

Namun harus diakui bahwa transformasi digital juga menghadirkan sejumlah tantangan yang harus diatasi oleh sistem perbankan syariah. Salah satunya adalah aspek keamanan data dan privasi pelanggan, dimana perlindungan data menjadi prioritas utama mengingat potensi risiko keamanan siber yang semakin kompleks. Oleh karena itu, pengembangan sistem keamanan yang kuat dan tata kelola yang transparan sangat penting untuk menjaga integritas dan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan.Hukum Syariah di era digital.

Transformasi ini tidak hanya terjadi dalam skala kecil, namun juga dalam skala besar dan cepat, mencakup banyak aspek operasional dan layanan perbankan. Contoh yang menonjol adalah pengembangan aplikasi mobile banking yang memungkinkan nasabah mengakses layanan perbankan syariah dengan mudah dan cepat melalui perangkat selulernya. Selain itu, platform fintech yang mengusung prinsip syariah juga menjadi sorotan (Alfarizi et al. 2023), karena memberikan solusikeuangan inovatif yang sesuai dengan hukum Islam.

Peran bank syariah dalam menjalankan segala aktivitasnya didasarkan pada kaidah Al-Quran dan hadis. masing-masing memegang peranan penting dalam dunia perbankan dengan strategi bisnis yang berbeda-beda. Tingginya tingkat penggunaan internet di Indonesia tentunya tidak lepas dari kondisi demografi yang didominasi oleh generasi z, milenial, dan generasi x. Kita telah melihat bahwa ketiga generasi ini memiliki kapasitas adaptasi yang sangat baikDengan berkembangnya kemajuan teknologi, hal ini merupakan peluang emas bagi bank syariah untuk mencapai inovasi



dalam hal layanan dan penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah melalui pemanfaatan teknologi di era digital saat ini (Marzuki, 2018).

Pemasaran digital dapat menjangkau semua kalangan, kapan saja dan dimana saja, secara efektif dan efisien. Dengan demikian, masyarakat secara tidak langsung dapat mengetahui berbagai sumber informasi terkait produk-produk yang diterbitkan atau dipasarkan oleh perusahaan perbankan syariah. Calon pelanggan dapat dengan mudah menentukan pilihan yang sesuai dengan keinginannya. Kemajuan teknologi yang pesat dapat melahirkan konsep-konsep baru, terutama dari sudut pandang pemasaran. Karena sekarang sudah banyak Perusahaan yang awalnya memasarkan produknya secara langsung, namun kini telah memiliki teknologi yang canggih, memanfaatkan teknologi sebagai alat promosi untuk merasakan peningkatan aktivitas operasionalnya. Layanan berbasis teknologi menjadi salah satu strategi yang harus diperkuat dalam perbankan syariah (Setyaningrat, Mushlihah dan Zunaidi 2023).

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Bank Syariah Indonesia mempunyai integritas produk yang terdiri dari beberapa kelompok. Kelompok tersebut adalah: perorangan (tabungan, haji dan umrah, pembiayaan, investasi, emas), perusahaan (jasa keuangan dan komersial, pengelolaan kas, perbendaharaan). Produk tabungan terbagi menjadi dua akad, yaitu wadiah (titipan) dan mudharabah (bagi hasil). Tabungan wadiah adalah tabungan yang menggunakan sistem simpanan, sedangkan tabungan Mudharabah adalah tabungan menggunakan skema bagi hasil di mana nasabah dapat mendaftar kapan pun mereka membutuhkan tabungannya. Menabung dengan akad wadiah merupakan tabungan dengan jumlah nasabah terbanyak, karena sebagian besar nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia menggunakan akad wadiah (Maulida Jam'ah dan Ahmad Amin Dalimunthe 2022).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap sektor perbankan, termasuk perbankan syariah. Era digital menawarkan banyak peluang dan tantangan bagi bank syariah dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Kajian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran bank syariah di era digital, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi. Melalui studi dokumenter, tinjauan ini menyimpulkan bahwa bank syariah telah mengadopsi strategi omnichannel, dengan menggunakan big data dan kecerdasan buatan, serta merek digital



yang kuat untuk menjangkau pelanggan dengan lebih efektif. Selain itu, bank syariah juga perlu meningkatkan kapabilitas digital dan sumber daya manusia untuk mengelola transformasi digital. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang sejalan dengan tren digital, bank syariah dapat meningkatkan daya saing dan memperluas basis nasabahnya di era ekonomi digital.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, sumber datanya adalah data sekunder, kemudian jenis penelitiannya adalah studi pustaka, kemudian teknik pengumpulan datanya adalah mencari literatur korelatif atau online dengan penelitian primer. pokok bahasannya berupa buku dan jurnal – jurnal ilmiah, dan analisis data yang digunakan bersifat deskriptif dimana data yang terkumpul dideskripsikan, dianalisis dan diplot. penyelesaian analisis yang dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keuangan syariah merupakan suatu sistem pengelolaan keuangan yang dilaksanakan dengan mengacu pada prinsip-prinsip Islam dan hukum dasar Islam sebagai pedoman (Wahab 2022).

Perbankan Syariah merupakan gabungan dari kata bank dan syariah. Pengertian bank dalam buku Fatih Fuad “Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank (Teori dan Aplikasi)” adalah suatu usaha atau lembaga yang dijadikan sebagai tempat simpanan dan peminjaman dana. Di Republik Indonesia, Undang-undang n. 10 Tahun 1998 menyebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan kemudian menyalurkannya kepada masyarakat.

Perlindungan preventif terhadap nasabah secara umum tercermin dalam beberapa peraturan, antara lain: UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, POJK n. 12/POJK. 03/2018 dan UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Berdasarkan peraturan tersebut, perlindungan hukum yang diberikan kepada nasabah atas penyediaan layanan perbankan digital secara umum mencakup pemberian informasi mengenai potensi risiko kerugian terkait penggunaan



layanan tersebut. digital banking, privasi perbankan mengenai data pribadi nasabah dan setiap bank juga wajib memastikan dana nasabah pengguna layanan perbankan digital aman (Tarigan & Paulus, 2019). Hal inilah yang pada hakikatnya membedakan bank syariah dengan bank konvensional dan mempengaruhi perbedaan pada beberapa aspek operasional dan produk yang dikembangkan. Selain itu, bank syariah dan konvensional memiliki kesamaan dalam hal teknik penerimaan uang, mekanisme transfer, dan persyaratan umum. dapatkan dana seperti NPWP, KTP dan bukti identitas lainnya.

Pengelolaan keuangan syariah merupakan kegiatan pengelolaan keuangan yang bertujuan untuk mencapai tujuan dengan memperhatikan kepatuhannya terhadap prinsip-prinsip syariah dalam agama Islam (Latifah 2022) (Itona 2022). Ada beberapa aspek penting dalam memahami pengelolaan keuangan syariah. Pertama, aktivitas perolehan dana, yang menekankan bahwa segala upaya memperoleh kekayaan harus sesuai dengan prinsip syariah seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, salam, istishna. ijarah, dan sebagainya. Kedua, adanya kegiatan pembelian yang menunjukkan bahwa penanaman modal harus sesuai dengan prinsip “uang sebagai alat tukar dan bukan sebagai barang dagangan” dan dapat dilakukan secara langsung atau melalui lembaga perantara seperti bank syariah dan reksa dana. syariah umum. (KS. Al-Baqarah : 275).

Perbankan Syariah merupakan lembaga keuangan yang menawarkan alternatif halal dan aman. Beberapa tantangan yang dapat mengganggu perekonomian global dan perekonomian nasional dapat diatasi melalui sistem perbankan syariah. Fakta ini membuktikan bahwa lembaga perbankan syariah layak menjadi tempat bertransaksi yang aman dan terpercaya (Shohih & Setyowati, 2021). Namun bank syariah tetap perlu mempersiapkan strategi pemasarannya untuk menghadapi perkembangan teknologi. itu tidak bisa dihentikan. Strategi pemasaran merupakan suatu bentuk rencana yang terpadu dan menyeluruh dimana manajemen pemasaran berharap dapat mencapai tujuan pemasaran pada pasar sasaran. Dalam merencanakan suatu strategi pemasaran, suatu institusi/bisnis tidak lepas dari strategi yang dirancang oleh perusahaan atau institusi bisnis tersebut (Ritonga & Purwati, 2020).

Dalam menganalisis strategi pemasaran, perusahaan atau lembaga perbankan syariah juga harus mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi perencanaan strategi pemasaran.



Diantaranya adalah faktor lingkungan berupa perkembangan teknologi. Pada kenyataan saat ini, hampir seluruh aktivitas manusia menggunakan teknologi untuk memudahkan pekerjaannya. Kemajuan teknologi informasi di era digital dapat mengubah perilaku seseorang dalam sekejap sehingga berdampak pada peningkatan berat badan kebutuhan pelanggan dalam jumlah. Hal ini menjadi peluang bagi lembaga keuangan syariah khususnya bank syariah untuk dapat terus memenuhi kebutuhan nasabahnya melalui berbagai strategi. Salah satu bentuk strategi yang dapat diterapkan oleh perbankan syariah di era digital adalah dengan meningkatkan layanan perbankan secara mandiri (seperti dalam proses registrasi, transaksi dan berbagai jenis layanan lainnya). Artinya nasabah tidak perlu datang ke kantor bank, layanan tersebut dapat diakses secara mandiri dimana dan bagaimana situasi pelanggan (Tartila, 2022).

Mencermati perkembangan ekonomi syariah di Indonesia merupakan topik yang menarik untuk dibahas. Pertumbuhan ekonomi syariah mengalami kemajuan pesat dalam tiga tahun terakhir, karena Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia (Al-Aziz 2022).

Menghadapi perkembangan teknologi di era digital, sektor perbankan syariah di Indonesia menghadapi berbagai faktor yang dapat mendukung maupun menghambat pertumbuhannya. Faktor-faktor tersebut antara lain sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi secara maksimal melalui fintech, serta regulasi seperti kerangka hukum praktik perbankan syariah. (Rosida, n.d., 2022)

Untuk menjawab tantangan tersebut dan meningkatkan potensi serta eksistensi di era digital, diperlukan berbagai persiapan. Pertama, meningkatkan keterampilan tenaga kerja untuk memahami dan menggunakan teknologi Internet of Things (IoT) di sektor perbankan. Kedua, pemanfaatan teknologi digital untuk mendorong produktivitas dan persaingan. Ketiga, penerapan teknologi digital oleh pelaku industri lokal. Terakhir, inovasi teknologi melalui pengembangan startup. Dalam mempersiapkan hal-hal ini, Bank syariah dapat menjawab tantangan era digital dan tetap relevan dalam pasar yang semakin kompetitif untuk lebih memenuhi kebutuhan nasabah.

Seiring kemajuan teknologi, bank syariah harus menyesuaikan strateginya dengan memperkenalkan layanan perbankan digital. Transformasi ini dilakukan secara bertahap,



mentransformasikan layanan perbankan syariah tradisional menjadi bentuk perbankan digital. Perbankan digital memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas perbankan tanpa perlu mengunjungi cabang. Mulai dari membuka rekening hingga melakukan transaksi keuangan, semuanya bisa Anda lakukan hal ini mudah dilakukan melalui perangkat seperti gadget atau smartphone. Perubahan ini tidak hanya memberikan kemudahan bagi nasabah, namun juga meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas layanan perbankan syariah. Bank syariah yang beradaptasi dengan teknologi digital akan mampu memenuhi kebutuhan nasabah modern yang menginginkan layanan cepat dan nyaman. Oleh karena itu, transformasi menuju perbankan digital merupakan langkah penting bagi bank syariah untuk menghadapi era digital dan tetap kompetitif di sektor ini. bank (Nurzianti, n.d., 2021)

Perkembangan teknologi informasi yang pesat mampu mengubah perilaku nasabah dan meningkatkan kebutuhan mereka. Bank syariah dihadapkan pada tantangan untuk terus memenuhi kebutuhan tersebut melalui berbagai strategi. Salah satu strategi utama adalah meningkatkan layanan agar nasabah dapat mengakses layanan perbankan secara mandiri (self- service) tanpa perlu mengunjungi kantor bank. Layanan self-service ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas perbankan dengan mudah. Contoh layanan yang dapat diakses secara mandiri meliputi registrasi akun, transaksi seperti pembayaran, penarikan tunai, dan transfer, serta berbagai layanan perbankan lainnya. Dengan mengimplementasikan layanan self-service, bank syariah dapat meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan kepuasan nasabah. Adaptasi ini memungkinkan bank syariah untuk tetap kompetitif dan relevan di tengah kemajuan teknologi yang terus berkembang, memastikan bahwa kebutuhan nasabah terpenuhi dengan cara yang cepat dan praktis. (Tartila, 2022)

Era digital memberikan peluang besar, namun juga membawa tantangan bagi industri perbankan syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu memiliki strategi yang efektif dan efisien untuk mengatasi masalah yang muncul. Pertumbuhan teknologi digital yang pesat menjadi tantangan baru, tetapi dapat diatasi melalui perkembangan teknologi perbankan digital. Sebagai sektor jasa keuangan yang berkembang dan berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, bank syariah harus mengadopsi teknologi digital untuk mempertahankan eksistensinya. Pengadopsian teknologi digital memungkinkan bank syariah tetap relevan dan terus memenuhi



kebutuhan masyarakat. Dengan memanfaatkan teknologi, bank syariah dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah. Transformasi ini juga membantu bank syariah tetap kompetitif dan beradaptasi dengan perubahan dalam industri perbankan yang semakin didorong oleh teknologi. (Suganda et al., n.d., 2023).

Perbankan syariah menjadi lembaga keuangan dengan alternatif yang halal dan aman. Beberapa tantangan yang dapat menggoyahkan perekonomian global maupun perekonomian nasional mampu diatasi oleh perbankan syariah. Fakta tersebut menjadi pembuktian bahwa lembaga perbankan syariah pantas dijadikan tempat bertransaksi yang aman dan terpercaya.

Meskipun begitu, perbankan syariah tetap harus mempersiapkan strategi-strategi pemasarannya guna menghadapi perkembangan teknologi yang tidak dapat dihentikan. Strategi pemasaran merupakan bentuk dari rencana yang terpadu dan menyeluruh dimana manajemen pemasaran memiliki harapan agar dapat mencapai tujuan pemasaran dalam pasar yang menjadi sasarannya. Dalam merencanakan strategi pemasaran, suatu lembaga/perusahaan tidak dapat terlepas dari strategi yang dirancang perusahaan atau lembaga bisnisnya (Ritonga & Purwati, 2020).

Strategi marketing bank syariah merujuk pada serangkaian rencana dan tindakan yang diambil oleh bank syariah untuk mempromosikan produk dan layanan mereka, serta menarik dan mempertahankan nasabah, dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah. Strategi Marketing Bank Syariah di Era Digital juga merujuk pada pendekatan yang diambil oleh bank syariah untuk mempromosikan produk dan layanan mereka melalui saluran digital, sambil tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah. Dengan menerapkan strategi marketing yang adaptif dan inovatif di era digital, bank syariah dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan menarik lebih banyak nasabah, sambil tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah.

Perkembangan bank syariah juga mendapat pengaturan dalam sistem perbankan nasional pada tahun 1990, ketika Majelis Ulama Indonesia (MUI) merekomendasikan pendirian bank syariah. Pada tahun 1992, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan diberlakukan, yang mengatur aspek-aspek seperti bunga dan bagi hasil, memberikan dasar hukum yang lebih kokoh untuk operasional bank syariah di Indonesia. Dengan demikian, perkembangan bank syariah



di Indonesia tidak hanya tercatat dalam landasan hukum normatif, tetapi juga mencerminkan dukungan empiris yang nyata dari masyarakat dan pemerintah.

1. Peningkatan Aksesibilitas dan Efisiensi: Penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam aksesibilitas layanan keuangan syariah bagi masyarakat Muslim. Melalui platform digital, konsumen dapat mengakses layanan tanpa harus berkunjung ke kantor cabang fisik, meningkatkan inklusi keuangan. Selain itu, adopsi teknologi juga meningkatkan efisiensi operasional lembaga keuangan syariah, mempercepat proses transaksi, dan mengurangi biaya operasional.
2. Inovasi Produk dan Layanan: Hasil penelitian menyoroti bahwa transformasi digital mendorong inovasi produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan prinsip syariah. Contoh inovasi termasuk penggunaan teknologi blockchain, platform peer-to-peer financing berbasis syariah, dan kecerdasan buatan untuk analisis risiko keuangan. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk syariah tetapi juga memperkuat posisi lembaga keuangan syariah dalam persaingan pasar.
3. Pendidikan dan Kesadaran Digital: Temuan penelitian menyoroti pentingnya pendidikan dan kesadaran digital di kalangan masyarakat Muslim. Program pelatihan, kampanye edukasi digital, dan penyediaan informasi yang mudah diakses diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital masyarakat. Hal ini penting untuk memaksimalkan manfaat transformasi digital bagi komunitas Muslim.
4. Kesimpulan dan Implikasi: Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana transformasi digital telah membawa dampak positif pada perbankan syariah dan masyarakat Muslim. Peningkatan aksesibilitas, efisiensi operasional, inovasi produk, dan kesadaran digital merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan strategi dan kebijakan yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat Muslim.



Pembahasan ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya menjadi tren dalam industri keuangan syariah tetapi juga merupakan pendorong utama pertumbuhan berkelanjutan dan inklusi keuangan di kalangan masyarakat Muslim. Oleh karena itu, penting bagi lembaga keuangan syariah, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya untuk terus mengembangkan strategi yang memanfaatkan potensi transformasi digital secara optimal demi kesejahteraan dan kemajuan komunitas Muslim secara luas.

Terdapat beberapa Faktor Penghambat dalam Strategi Marketing Bank Syariah dalam Meningkatkan Minat Generasi Milenial di Era Digital.

Beberapa hambatan yang dialami dalam melakukan strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah dalam rangka meningkatkan minat generasi milenial di era digital diantaranya:

- a. Kurangnya sosialisasi mengenai aplikasi yang dikeluarkan oleh bank syariah dalam menciptakan kemudahan-kemudahan yang langsung dapat dirasakan oleh nasabah. Seperti terobosan yang dilakukan oleh BSI, yaitu perubahan sistem yang dilakukan pihak bank dalam proses menabung, tarik tunai di bank dengan menggunakan aplikasi, hal ini membuat beberapa pihak belum begitu paham tentang perubahan prosedur yang ada.
- b. Produk bank syariah yang sudah memakai jaringan internet membuat beberapa wilayah yang belum tersentuh jaringan internet merasa kurang di perhatikan. sehingga ini merupakan PR besar yang harus diselesaikan oleh berbagai pihak baik perbankan syariah atau lembaga lainnya. Sehingga sistem di era digital ini bisa dirasakan oleh berbagai pihak dan seluruh wilayah yang ada.
- c. Aplikasi atau fitur-fitur yang masih belum ada dalam strategi pemasaran bank syariah memerlukan inovasi fitur-fitur baru dan produk-produk baru yang menarik bagi generasi milenial pada umumnya.
- d. Masih belum ada ruang untuk sosialisasi bank syariah, seperti di pelosok tanah air yang belum terdampak bank syariah. Oleh karena itu diharapkan pihak bank mengambil langkah bermitra dengan generasi milenial untuk menjadi sukarelawan dalam kegiatan sosialisasi.



Tantangan era digital Era digital menawarkan peluang besar bagi kemajuan perbankan syariah di Indonesia, namun juga menghadirkan potensi tantangan dan ancaman jika tidak dioptimalkan dengan baik. Digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi dan layanan, namun bank syariah menghadapi tantangan seperti kebutuhan akan keamanan data, perlindungan privasi, dan kepercayaan nasabah terhadap sistem digital. Selain itu, mereka harus memastikan bahwa staf dan pelanggan memiliki keterampilan yang tepat.cocok untuk penggunaan teknologi digital. Ketidakmampuan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dapat menyebabkan bank syariah tertinggal dibandingkan kompetitor lainnya. Tantangan bank syariah di era digital adalah:

1. Sumber daya manusiaTantangan utama yang dihadapi bank syariah di era digital adalah sumber daya manusia (SDM). Sumber daya manusia menjadi faktor krusial dalam implementasi inovasi keuangan digital. Belakangan ini permasalahan SDM menjadi topik yang hangat diperbincangkan di dunia perbankan syariah. Seiring dengan berkembangnya sektor jasa keuangan di era digital, bank syariah harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan kompeten untuk memahami dan mengelola sistem perbankan syariah. Selain itu, HR juga harus siap menghadapinyaperkembangan teknologi yang berkelanjutan. Bank syariah harus memastikan bahwa stafnya memiliki keterampilan dan pengetahuan yang memadai untuk mengoperasikan dan mengembangkan layanan digital agar kompetitif dan relevan di pasar yang terus berkembang.
2. Perlindungan konsumenInovasi keuangan digital meningkatkan risiko bagi bank dan nasabahnya. Perlindungan pelanggan dalam layanan digital merupakan upaya untuk mencegah potensi kerugian dan hal-hal yang tidak diinginkan. Selain itu, perlindungan ini bertujuan untuk menciptakan sektor perbankan syariah yang sangat handal untuk memperoleh kepercayaan masyarakat dalam penggunaan jasa perbankan syariah. Dengan cara ini, bank syariah dapat menjamin keamanan dan kenyamanan nasabahnya.melakukan transaksi digital yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan dan stabilitas sektor perbankan syariah. Perlindungan nasabah dalam perbankan digital diatur dalam beberapa aturan penting, antara lain



UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, POJK No. 12/POJK. 03/2018, dan UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Peraturan ini memberikan perlindungan hukum bagi nasabah perbankan digital. Perlindungan ini mencakup pemberian informasi mengenai potensi yang adarisiko kerugian terkait penggunaan layanan perbankan digital, menjaga kerahasiaan data pribadi nasabah dan kewajiban bank untuk menjamin keamanan dana nasabah pengguna layanan perbankan digital. Melalui peraturan ini diharapkan nasabah merasa lebih aman dan tenteram dalam menggunakan layanan perbankan digital yang disediakan bank syariah. (Ayu Andreana Beru Tarigan & Hartono Paulus, n.d.)

3. Keamanan dunia mayaDi era digital, layanan perbankan syariah harus bersiap menghadapi tantangan keamanan siber. Berdasarkan pasal 2 ayat 2 POJK n. 12/POJK. 03/2018, bank penyelenggara layanan digital wajib menerapkan prinsip manajemen risiko dan kehati-hatian. Keamanan informasi menjadi isu utama dalam penerapan teknologi perbankan syariah. Contohnya adalah peretasan Bank Syariah Indonesia pada Mei 2023, dimana peretas memperoleh akses terhadap 15 juta data nasabah, antara lain nama, nomor rekening, riwayat transaksi,dan keseimbangan. Insiden ini mengganggu layanan perbankan selama beberapa hari dan menyoroti pentingnya keamanan siber dalam perbankan digital. Peretasan Bank Syariah Indonesia memberikan pelajaran berharga bagi bank syariah di Indonesia akan pentingnya penguatan keamanan siber. Untuk menghadapi ancaman seperti serangan hacking, skimming dan malware, bank syariah perlu memperkuat sistem keamanan digitalnya. Inovasi ini sangat penting untuk dilindungidata pelanggan dan pencegahan berbagai kejahatan yang dapat merugikan. Sistem keamanan yang kuat dan terus diperbarui akan memastikan perlindungan yang efektif terhadap layanan perbankan digital. Dengan langkah-langkah keamanan yang tepat, perbankan syariah dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan menjaga integritas layanannya di era digital yang semakin kompleks. (Prastiwi, 2023)



-
4. Rendahnya tingkat pendidikan keuangan masyarakatEra digital saat ini menunjukkan kesenjangan antara inklusi keuangan dan literasi keuangan masyarakat sehingga menjadi tantangan bagi layanan perbankan syariah. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap keuangan digital dan perbankan syariah seringkali menimbulkan persepsi bahwa bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional. Tantangan ini menuntut upaya perbankan syariah untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dalam memberikan edukasi kepada masyarakat. Kampanye digital Efektivitas diperlukan untuk menjelaskan perbedaan sistem perbankan syariah dan konvensional, serta untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap manfaat dan prinsip perbankan syariah. Dengan cara ini, perbankan syariah dapat menjembatani kesenjangan pengetahuan keuangan dan menarik lebih banyak nasabah. (Febriyani & Mursidah, n.d.).

1. Transformasi Digital pada Perbankan Syariah

Transformasi digital menjadi suatu keharusan bagi bank syariah untuk dapat bertahan di era yang semakin kompetitif. Bank syariah harus menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan. Termasuk menerapkan sistem perbankan online yang memungkinkan nasabah bertransaksi kapan saja, di mana saja. Misalnya, aplikasi perbankan seluler yang ramah pengguna mungkin menarik bagi segmen pasar muda yang lebih menyukai kenyamanan perbankan online.transaksi.

2. Strategi pemasaran digital

Strategi pemasaran digital menjadi kunci untuk menjangkau konsumen di era digital. Bank syariah sebaiknya menggunakan teknik pemasaran seperti SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing) dan pemasaran media sosial. Dengan menggunakan konten yang relevan dan menarik, bank syariah dapat menjangkau nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama. Secara khusus, konten yang menginformasikan tentang produk syariah dan manfaatnya dapat meningkatkan kesadaran dan minat konsumen.

3. Segmentasi pasar dan personalisasi



Segmentasi pasar yang tepat memungkinkan bank syariah untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi nasabahnya. Dengan menggunakan data analitis, bank dapat mengidentifikasi kelompok nasabah tertentu dan menyesuaikan penawaran produk dan layanan mereka. Personalisasi pemasaran, misalnya menawarkan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan individu, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. Penciptaan merek dan pendidikan konsumen

Brand yang kuat sangat penting untuk membedakan bank syariah dengan kompetitornya. Edukasi mengenai produk dan layanan syariah harus dilakukan secara aktif untuk mengatasi stigma negatif atau miskonsepsi yang mungkin ada di masyarakat. Melalui seminar, webinar, dan konten digital, bank syariah dapat menjelaskan keunggulan produknya serta nilai-nilai yang diusungnya, seperti keadilan dan transparansi.

5. Interaksi melalui jejaring social Media sosial

adalah cara yang sangat efektif untuk berinteraksi dengan pelanggan. Bank syariah harus aktif di platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Dengan konten yang menarik dan interaktif, bank dapat menciptakan komunitas yang loyal. Keterlibatan media sosial juga membantu bank mengumpulkan masukan langsung dari nasabah, yang dapat digunakan untuk meningkatkan layanan.

6. Inovasi produk dan layanan

Inovasi produk menjadi aspek penting untuk menarik pelanggan baru. Bank syariah harus terus berinovasi menciptakan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar, seperti pembiayaan berbasis fintech atau layanan investasi syariah. Menawarkan produk-produk inovatif dan relevan dapat membantu bank syariah bersaing dengan bank konvensional dan semakin mengembangkan fintech.

7. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Program CSR yang fokus pada kesejahteraan masyarakat dapat meningkatkan citra positif bank syariah di mata masyarakat. Kegiatan seperti menawarkan beasiswa, mendukung usaha kecil atau program lingkungan hidup dapat menunjukkan komitmen bank terhadap masyarakat. Hal ini tidak hanya menguntungkan masyarakat, tetapi juga dapat menarik nasabah yang peduli terhadap dampak sosial dari lembaga keuangan.



8. Tantangan dan peluang

Meski memiliki banyak peluang, bank syariah juga menghadapi tantangan dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Misalnya, kurangnya pemahaman terhadap teknologi di kalangan karyawan atau pelanggan dapat menjadi kendala. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan dan pendidikan yang memadai untuk memastikan semua pihak dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut.

4. KESIMPULAN

Perbankan syariah memegang peranan yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat, khususnya di era digital saat ini. Sebagai lembaga keuangan, Perbankan Syariah berfungsi menghimpun dan menyimpan kelebihan dana masyarakat, yang kemudian disalurkan kembali kepada pihak yang membutuhkan, dengan berpegang pada prinsip syariah, bebas dari unsur riba, riba, dan gharar. Dalam konteks perkembangan digital, perbankan syariah harus dirumuskan strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan aplikasi dan website yang mudah diakses oleh masyarakat atau nasabah untuk bertransaksi. Penting juga untuk memastikan bahwa aplikasi dan website berfungsi dengan baik dan memiliki fitur keamanan yang memadai untuk melindungi data pribadi pelanggan.

Strategi pemasaran bank syariah di era digital berperan penting dalam meningkatkan persaingan dan memperluas pasar. Menghadapi perubahan di sektor perbankan, bank syariah harus mengintegrasikan berbagai teknologi dan inovasi digital untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Penggunaan saluran digital seperti media sosial, aplikasi mobile banking, dan strategi pemasaran konten yang efektif merupakan faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan nasabah.

Era digital menawarkan peluang besar bagi kemajuan perbankan syariah di Indonesia, namun juga menghadirkan tantangan besar yang harus diatasi dengan strategi yang efektif dan efisien. Bank syariah harus mengoptimalkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan pelayanan, memenuhi kebutuhan keamanan data dan kepercayaan nasabah, serta memastikan staf dan nasabah memiliki keterampilan digital yang memadai.



Hasil penelitian ekstensif mengenai dampak transformasi digital terhadap layanan keuangan syariah menunjukkan perubahan signifikan dalam hal akses bagi komunitas Muslim. Sebelum adanya transformasi digital, akses terhadap produk dan layanan keuangan syariah seringkali terhambat oleh faktor geografis dan infrastruktur yang tidak memadai. Namun dengan hadirnya platform digital seperti aplikasi perbankan dan online banking, konsumen kini bisa akses layanan keuangan syariah dengan mudah dari berbagai lokasi, tanpa perlu mengunjungi cabang fisik. Hal ini tidak hanya memberikan kemudahan kepada konsumen tetapi juga membuka peluang bagi lebih banyak masyarakat untuk menggunakan produk keuangan syariah. Oleh karena itu, transformasi digital berperan penting dalam meningkatkan inklusi keuangan di kalangan komunitas Muslim, serta menghilangkan berbagai hambatan akses yang selama ini ada.

Selain itu, segmentasi pasar dan personalisasi layanan dapat membantu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Edukasi terhadap produk syariah juga sangat penting untuk mengatasi stigma negatif dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Keterlibatan bank syariah dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat meningkatkan citra positif di mata masyarakat.

Namun bank syariah juga menghadapi tantangan, seperti kurangnya pengetahuan teknologi di kalangan karyawan dan nasabah. Oleh karena itu, pelatihan dan pendidikan yang memadai sangat penting untuk memastikan keberhasilan adaptasi terhadap transformasi digital.

Dengan menerapkan strategi pemasaran inovatif yang disesuaikan dengan perkembangan digital, bank syariah dapat meningkatkan daya saing dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, sesuai dengan prinsip syariah.

Dampak positif transformasi digital terhadap lembaga keuangan syariah juga tercermin pada inovasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Penggunaan teknologi blockchain untuk transaksi sesuai syariah, pengembangan platform pembiayaan berbasis syariah, dan penggunaan kecerdasan buatan dalam analisis risiko keuangan terkait syariah adalah beberapa contoh inovasi yang muncul berkat transformasi digital. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk syariah bagi konsumen, namun juga...juga memperkuat posisi lembaga keuangan syariah di pasar yang semakin kompetitif.



5. DAFTAR PUSTAKA

- Wibowo, Frendy, Aulia Uswatun Khasanah, and Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra. 2022. "Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang Dan Konsumen Di Kabupaten Wonogiri." *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7(1):53–65. doi: 10.23917/benefit.v7i1.16057.
- Lazuardi, Aldi Rahman, Anggono TS Raras, Yoyo Sudaryo, and Nunung Ayu Sofiati. 2022. "Analisis Penerapan Digital Marketing Terhadap Citra Perusahaan Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening." *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 6(2):1881–99.
- Wibowo, Frendy, Aulia Uswatun Khasanah, and Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra. 2022. "Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang Dan Konsumen Di Kabupaten Wonogiri." *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7(1):53–65. doi: 10.23917/benefit.v7i1.16057.
- Alfarizi, M., Hanum, R. K., Firmansyah, A. A., & Wusqo, U. (2023). Digital Banking Dalam Akselerasi Pemberdayaan Ekonomi Womenpreneur Indonesia: Eksplorasi Sosial-Ekonomi Dan Peran LPS Berbasis PLS-SEM. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 2(2 Desember), 1–32.
- Darmalaksana, W. (2022). *Filsafat dan Politik Hukum Islam Perbankan Syariah*. Sentra Publikasi Indonesia.
- Alfarizi, M., Hanum, R. K., Firmansyah, A. A., & Wusqo, U. (2023). Digital Banking Dalam Akselerasi Pemberdayaan Ekonomi Womenpreneur Indonesia: Eksplorasi Sosial-Ekonomi Dan Peran LPS Berbasis PLS-SEM. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 2(2 Desember), 1–32.
- Marzuki, S. N. (2018). Bank Syariah Dindonesia (Peluang dan Tantangan Di Era Globalisasi). *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.1(1), 79–90.
- Setyaningrat, Dwi, Imam Annas Mushlihin, and Arif Zunaidi. 2023. "Strategi Digitalisasi Untuk Mendorong Inklusi Keuangan Nasabah Bank Syariah: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)." *Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2(1):53 76.
- Maulida Jam'ah, and Ahmad Amin Dalimunthe. 2022. "Analisis Produk Tabungan Wadiah Dan Mudharabah Di Bsi Kcp Medan Pulo Brayan." *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi* 2(3):257–68. doi: 10.51903/jupea.v2i3.354.
- Wahab, Abdul. 2022. "Implementasi Maqashid Syariah Dalam Operasional Audit Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 6(1):20–40.
- Tarigan, H. A. A. B., & Paulus, D. H. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Atas Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, Vol. 1(3), 294–307. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.294-307>



-
- Latifah, Eny. 2022. "Peran Bank Syariah: Pemahaman Literasi Dan Praktek Keuangan Syariah Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah." Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics 5(2):108-26.
- Shohih, H., & Setyowati, R. (2021). Perspektif Hukum Islam Mengenai Praktik Gharar Dalam Transaksi Perbankan Syariah. Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi, 12(2), 69–82. <https://doi.org/10.28932/di.v12i2.3323>
- Ritonga, I., & Purwati, E. (2020). Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pensiun. Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v1i1.628>
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(03), 3310–3316.
- Al-Aziz, Moh Sofwan Katsir. 2022. "ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN KEUANGAN KONVENSIONAL TERHADAP PDB DI MASA PANDEMIC COVID-19." Jurnal Magister Ekonomi Syariah 1(1):31–41.
- Rosida, I. N. (n.d.). ANALISIS POTENSI PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PADA ERA DIGITAL.
- Nurzianti, R. (n.d.). Revolusi Lembaga Keuangan Syariah Dalam Teknologi dan Kolaborasi Fintech. Prastiwi, D. (2023, May 14). 4 Fakta BSI Jadi Korban Ransomware, 15 Juta Data Nasabah Dicuri Hingga
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2(3), 3310. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6408>
- Suganda, R., Mujib, A., Ag, M., Syari, F., Islam, U., & Sunan, N. (2023). Analisis Terhadap Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital. JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 9(1), 677–683.
- Ritonga, I., & Purwati, E. (2020). Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pensiun. Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v1i1.628>
- Prastiwi, D. (2023). 4 Fakta BSI Jadi Korban Ransomware, 15 Juta Data Nasabah Dicuri hingga Hacker Minta Tebusan. <https://doi.org/https://www.liputan6.com/news/read/5285688/4-fakta-bsi-jadi-korban-ransomware-15-juta-data-nasabah-dicuri-hingga-hacker-minta-tebusan>



