

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini masyarakat lebih rentan menggunakan kecanggihan teknologi. Dengan berkembangnya teknologi negara juga berkewajiban untuk mengikuti arus kemajuan yang terjadi agar tidak tertinggal terutama dibidang ekonomi. Dimana suatu negara pasti mempunyai kebijakan dengan membuat suatu alat untuk bertransaksi, menabung, meminjam uang, menanam modal, dan sebagainya yang biasa kita sebut bank. Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang bergerak pada bidang jasa keuangan yang berfungsi sebagai pengumpul dana, pemberi pinjaman dan menjadi perantara dalam lalu lintas pembayaran giral (Ispandi et al., 2023).

Bank juga berperan sebagai lembaga keuangan baik dalam menghimpun dana masyarakat maupun menyalurkan kembali ke masyarakat semakin terus meningkat dalam kondisi perekonomian saat ini maupun dimasa yang akan datang, peran perbankan mempunyai kedudukan yang strategis sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar arus lalu lintas pembayaran yang sangat amat dibutuhkan. Usaha bank tidak sebatas sebagai penyimpan dana dan pemberi kredit saja tetapi juga merupakan alat bagi pemerintah untuk menstabilkan moneter dan mendorong laju pertumbuhan perekonomian nasional atau sebagai *agent of development* (Iskandar, 2013).

Hal di atas dapat kita buktikan dimana bank memiliki fungsi utama yaitu sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat, yang bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Banyaknya Bank yang ada di Indonesia saat ini, membuat persaingan semakin ketat dan terjadinya perlombaan untuk memperoleh peringkat paling baik dimata masyarakat, khususnya di kota Baturaja.

Satu-satunya bank syariah daerah yang ada di kota Baturaja ialah Bank Sumsel Babel Syariah yang terletak di Baturaja Lama, Baturaja Timur, kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan 32121. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, hal itu mengacu pada ketentuan yang ada di dalam Al- Quran dan Hadits. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah berbentuk seperti bangunan dimana fondasi dari bank syariah adalah akidah yang berdasarkan Al-Quran dan Hadits serta menjalankan sifat Rasulullah Shallallahu'Alaihi Wasallam. Setelah fondasi sudah ada maka, baru dapat menjalankan aturan bank syariah berdasarkan pada syariat yang salah satunya adalah larangan dalam praktek riba. berdasarkan pada QS. Al Baqarah: 278-280, Ali Imran: 130, An Nisa: 160-161, Ar Rum: 3. Apabila syariat sudah dijalankan pada perbankan syariah maka akan terwujud bank syariah yang murni syariah sehingga mendapat ridho Allah Ta'ala sesuai dengan QS. Al Baqarah ayat 208 (Agustin, 2021).

Agustin kembali menegaskan bahwa perbankan syariah harus dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariah Islam. Yang mana perbedaan pokok yang paling menonjol antara bank syariah dengan bank konvensional yaitu bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya, sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga (2021).

Hal di atas juga yang mendasari masyarakat Indonesia yang mayoritasnya memeluk agama islam terutama di kota Baturaja lebih mengandalkan penggunaan bank syariah dibandingkan konvensional, dikarena agar sedikit tidaknya masyarakat dapat menghindari riba yang seperti banyak orang katakan. Bank Sumsel Babel Syariah, atau UUS BSB diresmikan pada tanggal 2 Januari 2006 atau bertepatan dengan tanggal 2 Dzulhijah 1427 H. PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung Unit Usaha Syariah didirikan dan mulai operasional pada tanggal 2 Januari 2006 berdasarkan Surat Bank Indonesia No.7/110/DPIP/PRz/Pg tanggal 8 Agustus 2005 tentang Persetujuan Prinsip Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Sumsel Babel (*Sejarah Bank Sumsel Babel Syariah*, 2022, p. 3).

Dari sekian banyaknya bank yang tersebar terutama bank-bank negara dan swasta seperti bank BNI, BRI, Mandiri, BCA dan lainnya, membuat produk-produk yang disebar oleh bank juga melimpah, yang dimana produk-produk tersebut memiliki keunggulan serta kelemahannya masing-masing dikalangan masyarakat. Tidak hanya produk-produk tabungan serta pinjaman yang tersedia di bank, tetapi juga produk jenis aplikasi serta pembuatan *merchant* QRIS juga ada

di bank. Maka dari itu komunikasi yang terjalin antara pihak bank dan nasabah itu sangat penting, dimana dengan adanya komunikasi yang baik, penjualan produk yang dikeluarkan pun dapat menarik minat para nasabah.

Komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang komunikator kepada komunikan dengan tujuan tertentu. Jadi dalam komunikasi itu terdapat suatu proses yang dalam tiap prosesnya mengandung arti tergantung pada pemahaman dan persepsi komunikan. Oleh karena itu komunikasi akan efektif dan tujuan komunikasi akan tercapai apabila masing-masing pelaku yang terlibat di dalam komunikasi itu mempunyai persepsi yang sama terhadap simbol yang disampaikan (Oktaviani Pane & Lase, 2024).

Dari pengertian dan penjabaran diatas dapat kita buktikan bahwa komunikasi yang efektif sangat dibutuhkan dalam penelitian ini dan hal tersebut dapat dicapai dengan adanya strategi-strategi yang digunakan dalam berkomunikasi. Strategi komunikasi ini mempresentasikan gabungan semua elemen dalam komunikasi, yang memfasilitasi pertukaran untuk sekelompok pelanggan, posisi produk yang membedakan dengan produk pesaing dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggannya.

Wiryanto menegaskan di dalam bukunya yang berjudul “Teori Komunikasi Massa” khususnya pada Bab 3 tentang Efek Komunikasi Massa bahwa, komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat menghasilkan efek-efek atau perubahan yang sebagaimana diinginkan oleh

komunikator, seperti perubahan pengetahuan, sikap maupun perilaku. Perubahan-perubahan di pihak komunikan itu dapat diketahui melalui tanggapan-tanggapan yang diberikan sebagai bentuk umpan balik atau *feedback* (Nurhadi & Kurniawan, 2017). Dengan terciptanya komunikasi efektif yang terbentuk dari strategi komunikasi yang baik maka, perusahaan akan mampu bersaing dengan baik juga.

Salah satu persaingan dalam produk yang dijual oleh pihak bank adalah aplikasi *Mobile banking*. Didalam jurnal ekonomi islam dapat diketahui bahwa dalam layanan *Mobile banking*, nasabah dapat menggunakan berbagai fitur transaksi yang disediakan yaitu permintaan informasi keuangan, misalnya cek saldo, mutasi rekening serta *transfer* hingga membayar tagihan maupun melakukan pembayaran terhadap pembelian barang (Ispandi et al., 2023).

Bank Sumsel Babel juga memiliki produk aplikasi *mobile banking* yang bernama *BSB Mobile*. *BSB Mobile* ini merupakan salah satu produk upaya Bank Sumsel Babel dalam menyetarakan posisi diantara bank lainnya, agar tidak berada jauh tertinggal akan teknologinya. Dimana hal tersebut sangat didukung dalam kondisi saat ini, yang mayoritas pembayaran yang dilakukan dalam pembelian barang/produk ataupun pembayaran dalam penggunaan jasa sangat sering dilakukan melewati aplikasi *Mobile banking*, pembayaran tersebut dapat dilakukan hanya dengan cara mengescan kode QR dengan biaya minim, bahkan ada yang dilakukan tanpa dikenakan biaya administrasi sampai transaksi tersebut berhasil dilakukan.

Dengan kemudahan yang tercipta itu, membuat persaingan dalam penjualan produk aplikasi *mobile banking* sangat tinggi. Yang mana masyarakat umum pasti mengetahui bahwa *mobile banking* yang diproduksi oleh bank negara maupun swasta seperti *BCA Mobile banking*, *Livin*, *BRImo*, *BNI Mobile banking* dan lainnya pasti memiliki fitur-fitur yang lebih lengkap dan memadai dibandingkan *mobile banking* produk Bank Sumsel Babel yaitu *BSB Mobile*. Contoh fitur-fitur yang belum tersedia di aplikasi bank daerah terutama *BSB mobile* ialah seperti pembayaran tagihan listrik, asuransi, kuota internet, pajak, *Wifi*, *BPJS*, asuransi, *PBB*, *KUA*, penerimaan negara juga membukakan tabungan secara online dan masih banyak lainnya.

Hal di atas merupakan faktor penyebab utama terciptanya perbandingan besar antara nasabah pemilik rekening yang menggunakan aplikasi *BSB mobile* dengan nasabah pemilik rekening yang tidak menggunakan aplikasi *BSB mobile*, perbandingan tersebut menunjukkan nasabah pemilik tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja lebih banyak dibandingkan nasabah pengguna aplikasi *BSB mobile*. Hal ini dapat dilihat dari sedikit banyaknya perbandingan menu fitur yang tersedia di *BSB mobile*, dengan jumlah peminat pengguna aplikasi *BSB mobile* serta jumlah pemilik tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja Pada Masyarakat Baturaja dari tahun 2020-2023 sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Penggunaan Aplikasi BSB *Mobile Syariah* di Baturaja

Tahun	Vitur yang Tersedia di Aplikasi	Jumlah Pengguna	Jumlah Pemilik Rekening
2020	Transfer ke sesama bank sumsel, transfer online ke bank lain, pembelian pulsa telkomsel	220 pengguna	55.435 rekening
2021	Penambahan vitur pembayaran PDAM dan pembayaran tiket KAI	461 pengguna	57.729 rekening
2022	Penambahan vitur pembayaran menggunakan scan Qris	599 pengguna	65.790 rekening
2023	Penambahan vitur <i>top up</i> Gopay dan transfer melalui BI fast	719 pengguna	79.508 rekening

Sumber: Data *Customer service* Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja (2024).

Berdasarkan data diatas, Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja harus membuat strategi-strategi terutama strategi dalam mengkomunikasikan produk-produk yang dimiliki, agar produk yang telah dibuat tidak kalah saing dari bank negara maupun bank swasta. Seperti penelitian terdahulu yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran PT Finaccel Finance Indonesia Dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi Kredivo Tahun 2022”, mereka membuat strategi komunikasi yang berbentuk komunikasi pemasaran produk, pemasaran tersebut dapat dilakukan secara lisan langsung antara nasabah dan pihak bank, maupun melalui media baik media cetak maupun *online*, yang bertujuan untuk membuat masyarakat lebih mengenal aplikasi tersebut sehingga masyarakat juga dapat lebih tertarik dalam menggunakan aplikasi kredivo itu.

Oleh karena itu Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja juga harus berfikir keras bagaimana cara mendapatkan perhatian masyarakat agar eksistensi tidak luntur, serta bagaimana caranya menarik minat daya tarik masyarakat Baturaja dalam penggunaan aplikasi ini semakin besar dan ramai. Yang membuat hal ini dapat tercipta apabila Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja dapat melakukan strategi komunikasi dengan baik dan efektif.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Komunikasi Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja Dalam Meningkatkan Daya Tarik Penggunaan Aplikasi BSB *Mobile* Pada Masyarakat Baturaja**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja dalam Meningkatkan Daya Tarik Penggunaan Aplikasi BSB *Mobile* Pada Masyarakat Baturaja?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis mengambil topik ini di maksudkan untuk mengetahui dan memperoleh hasil dari fokus permasalahan. Secara lebih terperinci penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja dalam Meningkatkan Daya Tarik Penggunaan Aplikasi BSB *Mobile* Pada Masyarakat Baturaja.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penambah kajian dalam Ilmu Komunikasi khususnya kajian tentang media yang ditunjuk untuk penelitian- penelitian tentang strategi komunikasi dan diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi informasi bagi masyarakat tentang Strategi Komunikasi Bank Sumsel Babel Syariah Baturaja dalam meningkatkan daya tarik penggunaan aplikasi BSB *Mobile* Pada Masyarakat Baturaja dan diharapkan penelitian ini menjadi kontribusi yang positif bagi perkembangan studi tentang strategi komunikasi saat ini, baik bagi peneliti, akedemis, dan praktisi media lainnya.