

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modernisasi, perkembangan dan perubahan teknologi semakin pesat seiring dengan zaman, salah satunya internet. Internet yang terus berkembang telah melahirkan teknologi baru yaitu Web 2.0. Salah satu terapan Web 2.0 adalah media sosial, kehadiran media sosial membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan mengelola informasi di berbagai bidang kehidupan. Media jejaring sosial atau media sosial dapat diartikan sebagai wadah atau alat komunikasi, penerima informasi atau pesan, maupun wadah berinteraksi secara online yang memfasilitasi penggunaannya dalam menjangkau komunikasi maupun informasi yang luas.

Media sosial sendiri menjadi bagian penting dari hasil inovasi teknologi, kehadirannya dianggap mampu melakukan tiga bentuk cara berinteraksi manusia dengan lingkungan sosialnya, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate), dan kerjasama (cooperation). Media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat di era modernisasi, adanya media sosial kini komunikasi dan kolaborasi antara masyarakat dan digital terjadi yang mana hal ini merubah kehidupan masyarakat jauh lebih mudah dan efisien. Kini dengan adanya Media sosial, informasi dapat disebarluaskan dalam kurun waktu yang cukup singkat, hal ini memungkinkan penggunaannya dapat tetap terhubung tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Selain itu media sosial yang kini mengikuti dengan perkembangan zaman dapat menjadi wadah dari berbagai organisasi mulai dari bisnis, pendidikan sampai hiburan, untuk berkembang dan menjangkau khlayak yang lebih luas.

Media sosial saat ini memiliki beragam platform yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, seperti Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, blog, website, dan lainnya.

Instagram adalah platform media sosial urutan kedua yang paling digunakan dan terus meningkat persentasenya dari waktu ke waktu di Indonesia. Instagram berasal dari gabungan kata "instan" dan "gram". Istilah "instan" merujuk pada kemampuan platform ini untuk mempublikasikan foto dengan mudah dan cepat, mirip dengan tampilan polaroid, yang membuat Instagram sangat menarik bagi penggunanya. Sementara itu, Instagram menggambarkan cara kerja media sosial ini yang memungkinkan pengguna untuk membagikan informasi dengan cepat (Atmoko, 2012: 28). Dengan perkembangan di era digitalisasi yang semakin pesat, peminatan Instagram juga mengalami perubahan yang signifikan dengan memberikan keuntungan baik bagi pengguna individu maupun organisasi.

Universitas Nasional

Instagram dengan fungsi visual yang disediakan dapat memiliki manfaat yang signifikan bagi penggunanya. Dengan mengunggah mengenai pengguna di Instagram, hal ini dapat memberikan dampak bagi yang mengunggah, salah satunya dampak yang dihasilkan adalah citra positif. Keberhasilan dari sebuah perusahaan tidak hanya bergantung pada jasa atau produk yang dihasilkan, namun juga sebuah citra positif. Citra dapat diartikan sebagai kesan atau pandangan mengenai suatu individu, maupun organisasi. Menurut Philip Kotler citra positif perusahaan dapat diwujudkan melalui Instagram dengan visual yang relevan, inspiratif, dan sesuai dengan nilai – nilai. Dengan manfaat Instagram yang dialih fungsikan, perusahaan dapat membangun citra positif bagi perusahaan melalui fungsi yang disediakan dengan efektif.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan Instagram sebagai wadah digital dalam membangun citra positif adalah PT. Jamkrindo Syariah.



Gambar 1.2 Profil Instagram PT. Jamkrindo Syariah

Sumber : Instagram PT. Jamkrindo Syariah

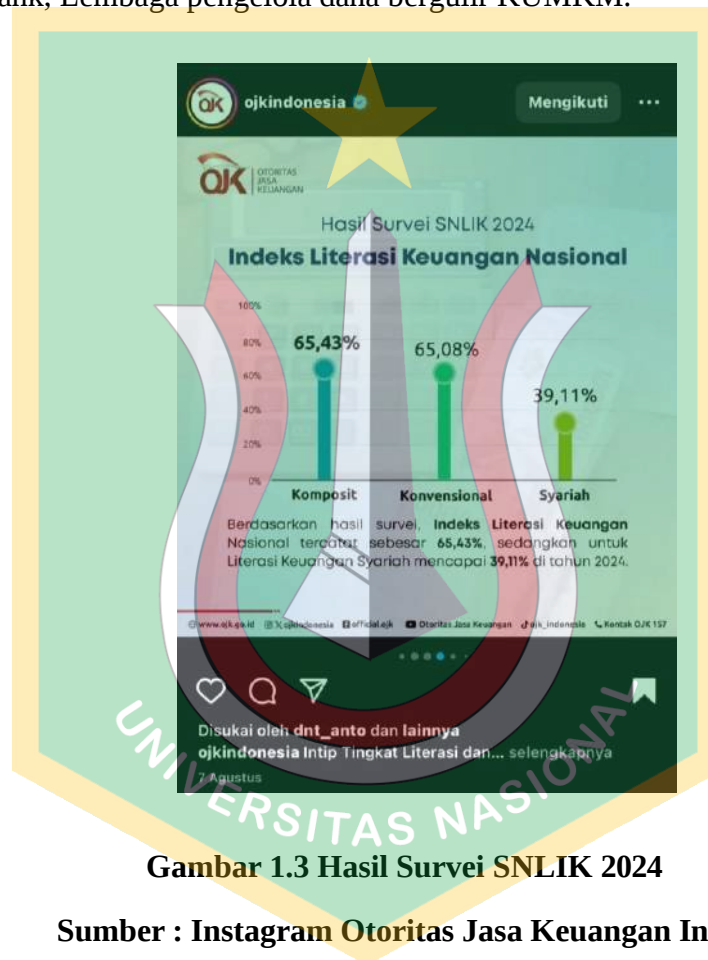
PT. Jamkrindo syariah adalah perusahaan penjaminan syariah yang memiliki arti kegiatan pemberian fasilitas jaminan oleh penjamin atas

pemenuhan kewajiban finansial terjamin kepada penerima jaminan berdasarkan prinsip syariah. PT. Jamkrindo Syariah adalah perusahaan yang menawarkan berbagai layanan penjaminan untuk mendukung pelaku usaha yang memerlukan jaminan berbasis pada prinsip syariah. PT. Jamkrindo Syariah memiliki Instagram dengan jumlah *Followers* sebanyak 2.950. PT. Jamkrindo Syariah berdiri sejak 7 November 2014, setelah mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia melalui Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor KEP-134/D.05/2014.

PT. Jamkrindo Syariah terlahir dari divisi Penjaminan Syariah yang merupakan Unit Usaha Syariah di Perusahaan Umum Jaminan Kredit Indonesia (PERUM JAMKRINDO) yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang penjaminan dan merupakan pelopor penjaminan di Indonesia. PT. Jamkrindo Syariah berdiri dilandaskan dengan Pasal 1 Angka (2) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2016 tentang Penjaminan. PT. Jamkrindo Syariah memiliki 14 Kantor Cabang, 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Cabang Utama, serta 4 Kantor Pemasaran, contoh produk yang dimiliki PT. Jamkrindo Syariah adalah *Kafalah Pembiayaan Umum, Kafalah Pembiayaan Multiguna, Kafalah Pembiayaan Mikro, Kafalah Pembiayaan Konstruksi dan Pengadaan Barang/Jasa, Kafalah Bank Garansi, Surety Bond, Customs Bond*.

PT. Jamkrindo Syariah memiliki mitra yang terbagi menjadi 4 kelompok, mulai dari Bank seperti Bank Syariah Indonesia, Bank BRI, Bank Mandiri, BTN Syariah, Bank Mega Syariah, Bank Panin Dubai Syariah, KB Bukopin Syariah, Nano Bank Syariah, Bank DKI, Bank DKI Syariah, Bank BJB, Bank BJB Syariah, Bank Aceh Syariah, BRK Syariah, Bank Jateng Syariah, Bank BPD DIY Syariah, Bank Jatim Syariah, Bank Kalsel, Bank Lampung, Bank Kalbar, Bank Sulsebar, Bank NTB Syariah, Bank Sumut Syariah, Bank Sumselabel Syariah, Bank Kaltimara. Bank Kaltimara Syariah, Bank Nagari Syariah.

Kelompok kedua mitra yang dimiliki oleh PT. Jamkrindo Syariah dari Bank Prekreditasi Rakyat syariah yaitu, Bank Jam Gadang, BPR Syariah Hikmah Wakilah, PT. BPRS Magetan, Bank Syariah Artha Madani, Bank Dinar, HIK, BAF Syariah. Kelompok mitra yang ketiga berasal dari Lembaga Fintech yaitu, Indofund.id, dan Dana Syariah. Kelompok mitra yang terkahir berasal dari Lembaga Keuangan yaitu, PNM, SMF PT. Reasuransi Nasional Indonesia, Reindo Syariah, Igna Asia, Bina Sentra Purna, Pegadaian, Indonesia Eximbank, Lembaga pengelola dana bergulir KUMKM.



Gambar 1.3 Hasil Survei SNLIK 2024

Sumber : Instagram Otoritas Jasa Keuangan Indonesia

Berdasarkan hasil survei yang di adakan oleh Otoritas Jasa Keuangan Indonesia indeksi literasi keuangan terhadap keuangan syariah any 39,11% jauh dibandingkan dengan keuangan konvensional, hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah diluar konvensional. Selain adanya kejomplangan yang cukup jauh antara literasi keuangan konvensional dengan syariah, yang mana hal ini dapat mempengaruhi citra positif dari produk layanan syariah yang dimiliki oleh PT.

Jamkrindo Syariah . adapun faktor lain yakni PT. Jamkrindo Syariah tercatat memiliki eban klaim sebesar 39,89%, hal ini termasuk kategori baik menurut Otoritas Jasa Keuangan, namun hal ini menjadi tantangan dalam menjaga citra positif.

Meskipun adanya permasalahan yang mempengaruhi citra positif produk layanan syariah, PT. Jamkrindo Syariah menunjukkan memiliki kinerja yang kompetitif dan mampu bersaing dalam industri penjaminan syariah di Indonesia, indikator yang pertama pertumbuhan aset yang konsisten, dimana pada tahun 2020, Jamkrindo Syariah mencatat total aset sebesar Rp1,573 triliun, meningkat 32,86% dari Rp1,184 triliun pada tahun 2019. Pertumbuhan ini menunjukkan kemampuan PT. Jamkrindo Syariah dalam mengelola dan mengembangkan asetnya secara berkelanjutan.

Indikator yang kedua yaitu peningkatan pada laba bersih, Laba bersih perusahaan pada tahun 2020 mencapai Rp45,14 miliar, tumbuh signifikan sebesar 162,36% dibandingkan Rp17,2 miliar pada tahun sebelumnya. Hal ini mencerminkan efisiensi operasional dan strategi bisnis yang efektif. Indikator yang terakhir yaitu lembaga pemeringkat PEFINDO memberikan peringkat "idA+" dengan prospek "stabil" kepada PT. Jamkrindo Syariah. Peringkat ini mengindikasikan kemampuan PT. Jamkrindo Syariah yang kuat dalam memenuhi komitmen keuangan jangka panjangnya.

Meskipun PT Jamkrindo Syariah terbukti kompetitif, tidak menutup kemungkinan adanya kompetitor yang terus berkembang dan menghadirkan tantangan baru di industri penjaminan syariah. Kompetitor seperti Askrindo Syariah, unit usaha syariah Jamkrindo, serta berbagai Jamkrida daerah, oleh karena itu PT. Jamkrindo Syariah beradaptasi mengikuti perkembangan zaman dengan memangun citra positif produk layanan syariah mereka melalui Instagram.



Gambar 1.4 Postingan Instagram PT. Jamkrindo Syariah
Sumber : Instagram PT. Jamkrindo Syariah

Melalui akun Instagramnya, @JamkrindoSyariah, PT Jamkrindo Syariah memanfaatkan platform media sosial untuk membangun citra positif perusahaan. Postingan yang dibuat menonjolkan keandalan dan kredibilitas perusahaan, antara lain dengan menyertakan rujukan pada Undang-Undang terkait serta logo Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini menegaskan bahwa PT Jamkrindo Syariah merupakan lembaga keuangan syariah yang terjamin secara hukum dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan, sehingga meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan layanan syariahnya.

Berdasarkan dengan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini menemukan fenomena bagaimana Instagram @jamkrindosyariah dapat membangun citra positif produk layanan syariah yang dapat menunjukan kredibilitasnya di tenah masyarakat yang minim akan literasi dan kepercayaan terhadap layanan keuangan syariah.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan dengan judul dan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, fenomena yang dapat di indetifikasi dan akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan Instagram @jamkrindosyariah dalam menumbuhkan citra positif produk layanan syariah.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk untuk mengetahui dan menganalisis pemanfaatan Instagram @jamkrindosyariah dalam menumbuhkan citra positif produk layanan syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat baik dari segi teoritis maupun praktis, sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau penambah wawasan bagi semua pihak yang memerlukan, sehingga mereka dapat mempelajari lebih lanjut pengetahuan teoritis yang dipelajari semasa di bangku perkuliahan mengenai pemanfaatan Instagram dalam menumbuhkan citra positif produk layanan syariah.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Peneliti berharap penelitian ini bisa menghasilkan pengetahuan baru dan referensi bagi PT. Jamkrindo Syariah mengenai pemanfaatan Instagram dalam menumbuhkan citra positif pada produk layanan syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, penulis membuat kerangka sistematis penulisan penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai, tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai, penelitian terdahulu, kajian pustaka, kerangka teori, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai metodologi kualitatif dengan memaparkan pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai data hasil penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan akun Instagram @jamkrindosyariah milik PT. Jamkrindo Syariah dalam membangun citra positif produk layanan.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisikan mengenai saran dan kesimpulan yang diambil setelah melakukan pembahasan pada hasil penelitian.