

Implementasi strategi pemasaran dalam meningkatkan aksesibilitas perbankan syariah

Nila Farchatul Kamilah

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Email: nilafarchatulkamilah@gmail.com

Kata Kunci:

Strategi, pemasaran, Implementasi, aksesibilitas, Perbankan syariah

Keywords:

Marketing, strategy, Implementation, accessibility, Islamic banking

ABSTRAK

Bank Syari'ah adalah lembaga keuangan yang operasinya berbasis prinsip-prinsip syariat islam, memberikan layanan kredit dan transaksi finansial yang sesuai dengan aturan syari'ah. Bank Syariah di Indonesia telah berkembang pesat sejak dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah, yang memberikan landasan hukum yang kuat bagi bank-bank syariah. Perkembangan ini juga didukung oleh undang-undang lain seperti Surat Berharga Syariah Negara (SBSN), Undang-Undang tentang Peradilan Agama, Wakaf, dan Zakat.

Strategi pemasaran bank syariah sangat penting dalam meningkatkan aksesibilitas layanan perbankan syariah. Implementasi strategi pemasaran melibatkan perencanaan visi dan misi, identifikasi kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, dan seleksi strategi yang efektif. Dalam praktiknya, bank syariah harus menetapkan tujuan tahunan, merumuskan kebijakan, mendorong hak asasi manusia, dan memastikan alokasi sumber daya untuk pelaksanaan strategi. Pentingnya regulasi dan koordinasi antarnegara dalam mengembangkan industri keuangan syariah tidak dapat disepelekan. Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga berperan signifikan dengan fatwa-fatwanya yang menjadi acuan bagi peraturan-peraturan keuangan syariah. Integrasi teknologi modern dan promosi produktif dapat meningkatkan efisiensi dan partisipasi nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

ABSTRACT

Islamic banks are financial institutions whose operations are based on the principles of Islamic law, providing credit services and financial transactions in accordance with sharia rules. Islamic banks in Indonesia have grown rapidly since the issuance of Law No. 21/2008 on Islamic Banking, which provides a strong legal foundation for Islamic banks. This development is also supported by other laws such as State Sharia Securities (SBSN), Law on Religious Courts, Waqf, and Zakat. The marketing strategy of Islamic banks is very important in increasing the accessibility of Islamic banking services. The implementation of marketing strategy involves planning the vision and mission, identifying internal strengths and weaknesses, setting long-term goals, and selecting effective strategies. In practice, Islamic banks should set annual goals, formulate policies, promote human rights, and ensure resource allocation for strategy implementation. The importance of regulation and coordination between countries in developing the Islamic finance industry cannot be underestimated. The Indonesian Ulema Council (MUI) also plays a significant role with its fatwas that serve as a reference for Islamic finance regulations. The integration of modern technology and productive promotion can increase efficiency and customer participation in using Islamic banking services.

Pendahuluan

Bank Syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan layanan yang berkaitan dengan pembayaran dan peredaran uang, dan



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.

mereka menjalankan bisnis mereka sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam, untuk dapat memberikan layanan yang diinginkan oleh semua nasabah yang memanfaatkan layanan perbankan syariah. Di dunia kontemporer, Bank memainkan peran yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hampir semua industri, termasuk sektor industri perdagangan, perkebunan, pertanian, jasa, dan perumahan sangat membutuhkan bank untuk berkolaborasi dalam transaksi keuangan (Untuk et al., 2022).

Bank syariah dibagi menjadi dua kategori, bank umum syariah dan perusahaan komersial syariah. Keduanya tercakup dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Terdapat tiga undang-undang lain yang lekat dengan lembaga keuangan syariah (SFI) dan mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia, yakni UU Nomor 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Negara Syariah (SBSN), UU Nomor 3 Tahun 2006 tentang Peradilan Agama. untuk Ekonomi Islam, UU No. 41 Tahun 2004 tentang Penerimaan dan UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat (Habibi & Diah, 2022).

Pertumbuhan perbankan syariah di suatu negara sangat dipengaruhi oleh adanya regulasi yang mendukung dan mengatur sektor tersebut, sehingga menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan perbankan syariah. Hal ini terlihat dari penerbitan UU No. 7 Tahun 1992 yang kemudian diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998, serta pengesahan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Sebelum adanya UU No. 21 Tahun 2008 (selanjutnya disebut UU Perbankan Syariah), regulasi terkait bank syariah di Indonesia masih tercakup dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahannya, beserta aturan-aturan turunannya. Kehadiran regulasi ini berperan penting dalam mendorong kemajuan perbankan syariah di Indonesia, dengan memberikan kesempatan untuk mendirikan bank berdasarkan prinsip syariah dan memperkuat implementasi produk-produk keuangan syariah oleh bank-bank syariah.

Dalam perkembangan perbankan syari'ah di Indonesia, sebagai bank sentral mempunyai kewenangan untuk mengelola dan mengawasi perbankan syari'ah dan perbankan syari'ah di Indonesia (Bangsawan, 2017). Mendirikan bank syari'ah atau mendirikan Unit Usaha Syari'ah (UUS) atau mengubah bank konvensional menjadi bank syari'ah memerlukan izin dari Bank Indonesia. Oleh karena itu, Bank Indonesia memegang peranan penting dalam pertumbuhan keuangan syari'ah dan perkembangannya di Indonesia (Abduh & Azmi Omar, 2012). Hal ini tercermin dalam peraturan Bank Indonesia tentang jasa keuangan syariah, seperti Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. Inti dari manajemen channel adalah memberikan layanan syariah kepada bank umum tradisional yang memiliki UUS di kantor pusat, tidak perlu membuka cabang baru, namun akan dibuka desk syariah di cabang. . Kantor pabean di cabang/cabang pembantu. Kemampuan memberikan layanan yang berkualitas dapat mengubah keputusan pelanggan untuk terus menggunakan layanan yang diterimanya, atau berhenti menggunakan layanan dan beralih ke perusahaan pesaing (Aini & Safitri, 2022). Hal ini tentu saja akan menghemat keuangan bank, karena tidak lagi memerlukan infrastruktur baru seperti gedung, alat-alat kantor, karyawan, dan teknologi informasi. Selain itu, tugas dan wewenang Bank Indonesia dalam mengelola dan mengawasi

keuangan syariah dialihkan kepada Otoritas Pengawas Keuangan (OJK) setelah berlakunya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Pengawasan Keuangan (OJK), yaitu mulai tanggal 31 Desember. 2013, pengaturan dan pengawasan perbankan OJK. Jadi, BI fokus pada pengelolaan inflasi dan stabilitas keuangan (Diba et al., 2020)

Selain banyaknya peraturan perundang-undangan yang terkait dengan keuangan syariah, sebagaimana disebutkan di atas, perkembangan keuangan syariah di Indonesia juga didorong oleh otoritas agama, dalam hal ini Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mempunyai kewenangan untuk mengeluarkan peraturan terkait keuangan syariah. fatwa hukum. Ini memberikan dukungan untuk kegiatan sosial di bidang keuangan Islam (Abdul et al., 2022). Terkadang MUI berasal dari Dewan Syari'ah Nasional yang berfungsi membantu industri perbankan syariah, atau MUI sendiri dalam menyikapi berbagai permasalahan Masyarakat (Jamaa, 2018). Dalam rangka penyusunan Peraturan Bank Indonesia (PBI) yang berkaitan dengan perbankan syariah, muatan kebijakannya berasal dari fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), khususnya melalui Dewan Syariah Nasional (DSN). Bank Indonesia membentuk Komite Perbankan Syariah sebagai badan yang bertugas mengintegrasikan fatwa-fatwa tersebut ke dalam regulasi perbankan. Dengan adanya komite ini, Bank Indonesia memastikan bahwa setiap aturan yang dibuat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan oleh DSN MUI, sehingga tercipta keselarasan antara regulasi perbankan dan hukum Islam. Komite ini berfungsi sebagai penghubung antara otoritas perbankan dan ulama syariah dalam merumuskan aturan yang mendukung perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia. Materi muatan dari fatwa yang dikeluarkan oleh DSN MUI kemudian menjadi landasan utama dalam penyusunan berbagai Peraturan Bank Indonesia (PBI) terkait operasional bank syariah. Fatwa-fatwa ini mencakup aspek-aspek penting seperti mekanisme bagi hasil, larangan riba, dan akad-akad syariah yang boleh digunakan dalam produk keuangan syariah. Sebagai contoh, fatwa terkait pembiayaan murabahah, ijarah, dan mudharabah yang dikeluarkan oleh DSN MUI kemudian diadopsi dalam PBI untuk menjadi pedoman operasional bank syariah. Dengan demikian, PBI yang disusun tidak hanya berfungsi sebagai regulasi teknis, tetapi juga sebagai instrumen untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan perbankan syariah tetap sesuai dengan syariah. (Prabowo & Jamal, 2017).

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia

Pertumbuhan keuangan syari'ah pertama kali muncul dari keinginan untuk mengubah sistem sosial-politik dan ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip Islam dan memperkuat wajah Islam serta melepaskan diri dari otoritas sistem hierarki. Kita memerlukan reformasi makroekonomi dan struktural dalam sistem keuangan negara-negara Muslim (Marlina et al., 2021). Keberadaan bank syariah di Indonesia disebabkan oleh keinginan masyarakat Indonesia (khususnya masyarakat Islam) yang berpendapat bahwa kinerja bank tersebut buruk dan harus digantikan dengan prinsip bagi hasil. Namun konsep bagi hasil sudah dikenal luas di lembaga keuangan baik di negara-negara Muslim maupun non-Islam (Saoqi, 2017). Oleh karena itu, keuangan Islam tidak sama dengan praktik keagamaan. Dengan demikian organisasi perbankan dapat menerapkan prinsip-prinsip syariah dan dikelola oleh seluruh lapisan pemangku kepentingan di masyarakat, tidak

hanya pada masyarakat Islam saja, meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa perbankan syariah di Indonesia hanya berkembang pada masyarakat Islam.

Pendirian bank syari'ah di Indonesia dimulai pada tahun 1983 dengan dikeluarkannya Paket Desember 1983 (Pakdes 83), sebuah paket yang memuat banyak peraturan di bidang keuangan. Salah satu aturannya adalah bank menawarkan pinjaman dengan bunga 0% (tanpa bunga). Selain itu, beberapa pedoman di bidang perbankan diperkenalkan oleh Menteri Keuangan Radius Prawiro dalam paket Oktober 1988 (Pakto 88). Pakto 88 merupakan paket yang mencakup penghapusan peraturan perbankan yang akan memudahkan pendirian bank baru. Dan pertumbuhan industri keuangan saat itu sangat pesat (Prabowo & Jamal, 2017). Pada tahun 1991, Bank Muamalat Indonesia (BMI) didirikan sebagai bank syariah. Pengenalan bank didasarkan pada asas mempunyai kesempatan memperoleh keuntungan dalam kewenangan yang diberikan melalui Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang bank dan Undang-undang Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang perbankan atas dasar bagi hasil (Abdul et al., 2022).

Perkembangan bank syariah semakin meningkat karena keluarnya regulasi yang buruk. 21 Tahun 2008 tentang Keuangan Syariah (Saoqi, 2017). Hukum keuangan syariah terdiri dari 70 pasal dan beberapa prinsip utama. Pertama, menjamin kepastian hukum bagi penerima manfaat sementara masyarakat umum bergantung pada penggunaan produk dan layanan keuangan syariah. Hal ini terlihat dari peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan berbagai jenis usaha, hukum syariah, praktik usaha, penyaluran dana, larangan bank syariah dan UUS, rahasia perbankan dan penyelesaian sengketa. Kedua, hukum syariah akan diterapkan (Prabowo & Jamal, 2017). Hal ini terlihat dari peraturan perundang-undangan mengenai Kegiatan usaha harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah, dengan fatwa syariah yang sah ditetapkan oleh MUI, serta adanya kewajiban untuk membentuk Dewan Pengawas Syariah (DPS) di setiap bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS). Selain itu, Bank Indonesia (BI) melalui Komite Manajemen Syariah juga turut mengawasi hal ini (Kurrohman, 2017). Ketiga, menjaga "stabilitas sistem" diwujudkan melalui penerapan 25 prinsip Basel yang mendukung kesehatan keuangan, mencakup aturan terkait pendirian dan kepemilikan, hak-hak pemegang saham, tata kelola yang baik, prinsip akuntansi, manajemen risiko, serta pelatihan dan pengawasan (Kurrohman, 2017).

Kebijakan Perbankan Syariah di Indonesia

Pengembangan perbankan syari'ah di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1992 hingga tahun 2018 (Abdul et al., 2022). Laju pertumbuhan bank syariah berbeda-beda tergantung kondisi perekonomian dan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Sektor perbankan yang dikelola oleh Bank Indonesia atau berada di bawah akuntabilitas dan kewenangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terus melakukan berbagai aktivitas untuk mendorong pembangunan. Industri perbankan syariah nasional untuk tumbuh sehat, berkesinambungan dan meningkatkan kontribusi positif untuk mendukung pembangunan perekonomian negara (Payabadar & Thamrin, 2021).

Kebijakan pemerintah terhadap pengembangan keuangan syariah didasarkan pada adanya peraturan perundang-undangan yang jelas dan kuat yaitu peraturan perundang-

undangan, peraturan Bank Indonesia, Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, peraturan Otoritas Jasa Keuangan dan struktur lainnya (Prabowo & Jamal, 2017). Dalam perkembangan ini diperlukan konsep pertumbuhan ekonomi yang dikemukakan oleh Rostow, Harrod, Dumar, Lewis dan Solow. Konsep pertumbuhan ekonomi sebagai sebuah teks telah banyak digunakan dalam bidang pembangunan ilmu ekonomi, makroekonomi dan bidang kajian lainnya yang berkaitan dengannya. Namun, hanya sedikit dari teori-teori tersebut yang berfokus pada peran sektor keuangan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Harrod (1939) dan Dumar (1946) berpendapat bahwa peningkatan investasi baru diperlukan untuk meningkatkan pertumbuhan, karena rasio antara tabungan nasional dan pendapatan nasional menentukan tingkat pertumbuhan ekonomi (Blume & Sargent, 2015).

Kebijakan perbankan syariah di Indonesia didorong oleh komitmen pemerintah dan regulator untuk mengembangkan sektor keuangan syariah sebagai bagian penting dari sistem ekonomi nasional. Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengeluarkan sejumlah peraturan dan kebijakan untuk mendukung pertumbuhan perbankan syariah, termasuk insentif untuk mempercepat pengembangan produk keuangan syariah yang inovatif dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pemerintah juga mendukung perbankan syariah melalui program-program peningkatan literasi keuangan syariah dan memberikan fasilitas khusus bagi bank syariah dalam mengakses pasar modal dan instrumen pembiayaan syariah, seperti sukuk dan wakaf produktif. Selain itu, kebijakan pemerintah melalui Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024 memberikan panduan bagi pengembangan industri keuangan syariah secara holistik. Masterplan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari penguatan ekosistem keuangan syariah, digitalisasi, hingga peningkatan sumber daya manusia di bidang keuangan syariah. Pemerintah juga mendorong integrasi antara bank syariah dengan sektor-sektor ekonomi lainnya, seperti industri halal dan fintech syariah, untuk menciptakan sinergi yang lebih besar dan memperkuat daya saing bank syariah di pasar domestik dan internasional (Abdul et al., 2022).

Pembahasan

Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Menghadapi Persaingan Industri Keuangan

Bank syariah bertindak sebagai jembatan antara pihak yang mempunyai kelebihan dana atau sebagai nasabah penabung dengan pihak yang membutuhkan dana atau nasabah pembiayaan dengan surplus dana melalui produk penghimpunan dana syari'ah, semuanya dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah (Harmoko, 2017). Tujuan utama dari bank syari'ah adalah untuk menyediakan layanan keuangan yang bermoral dan adil, sejalan dengan nilai-nilai Islam, kepada Masyarakat Muslim dan non-Muslim yang menginginkan alternatif perbankan yang memegang tanggung jawab penuh. Kesederhanaan dan kegunaan didukung oleh konsep-konsep dalam sistem informasi yang menjelaskan bagaimana menggunakan dan mempertimbangkan sistem informasi secara paling efektif dan menjamin kemudahan penggunaan bagi pengguna sistem informasi dan kepatuhan kepatuhan terhadap hukum Islam, jaminan dan memberikan keandalan (reliability). Pengukuran kualitas pelayanan perbankan syari'ah sejalan dengan prinsip ekonomi Islam dan syariah. (Kartika & Segaf, 2022).

Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, manajemen strategis keuangan syari'ah memegang peranan penting. Manajemen strategis Bank Islam meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pemantauan berbagai kegiatan bank dalam rangka memenuhi standar Syariah dan mencapai keunggulan di pasar yang kompetitif. Di bawah ini adalah komponen-komponen manajemen strategis:

Perumusan Strategi

Pada tahap ini, langkah pertama dalam perencanaan strategis adalah mengembangkan visi dan misi perusahaan, kemudian strategi untuk memaksimalkan peluang dan meminimalkan risiko, Memahami kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, mencari alternatif strategi dan memilih strategi khusus untuk mencapai tujuan.

Penerapan Strategi

Dalam tingkatan ini, bank syariah harus menetapkan tujuan tahunan, merumuskan kebijakan, mendorong kerja hak asasi manusia di bank syariah, dan memastikan alokasi sumber daya untuk melaksanakan strategi yang telah ditetapkan. Tahapan penerapan strategi ini sering dikenal sebagai Langkah aksi dalam manajemen strategi.

Penilaian Strategi

Pada manajemen strategi memerlukan manajer untuk menilai strategi yang sudah ditetapkan dapat berjalan dengan baik atau tidak.tiga kegiatan evaluasi strategi tersebut termasuk:

- i. Mengulas Kembali faktor-faktor eksternal dan internal
- ii. Evaluasi kinerja
- iii. Melakukan koreksi untuk memperbaikinya

Manajemen strategis memungkinkan bank syariah untuk meningkatkan keuntungannya dan proaktif dalam perencanaan masa depan. Selain itu, manajemen strategis memberikan bank syariah kendali atas berbagai aktivitas yang mereka lakukan. Sejarah menunjukkan bahwa manajemen strategis dengan menggunakan metode terstruktur, rasional dan logis membantu bank syariah untuk menciptakan strategi yang lebih efektif. Namun, penting untuk diingat bahwa keberhasilan suatu organisasi tidak hanya bergantung pada penerapan manajemen strategis, namun juga pada keseriusan penerapannya. Kemampuan menerapkan manajemen strategis menjadi alasan utama kemajuan Perusahaan (Keuangan et al., 2024) serta kebutuhan memodifikasi dengan pelatihan dampak ekonomi digital pada spesialis teknologi dalam pandangan Pembangunan dan proses pembelajaran (Sudarmawan & Miranti, 2022).

Strategi Pemasaran Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis SWOT.

Perbankan syariah telah berkembang secara signifikan di Indonesia dan memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Dalam upaya meningkatkan penetrasi pasar, perbankan syariah harus mengidentifikasi potensi kekuatan dan peluang pasar. Di bawah ini adalah analisis kekuatan dan peluang, serta beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan :

1. Kekuatan (Strengths)

Salah satu kekuatan utama perbankan syariah adalah kesesuaianya dengan nilai-nilai Islam, terutama bagi populasi mayoritas muslim di Indonesia. Produk dan layanan perbankan syariah, yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir, memberikan daya tarik moral dan spiritual bagi nasabah yang mengutamakan keuangan berbasis etika (Haron & Ahmad, 2000). Produk-produk perbankan syariah yang berbasis kemitraan seperti Mudharabah (bagi hasil) dan Musyarakah (kerjasama usaha) menjadi daya tarik tersendiri karena memberikan keuntungan yang lebih adil dan sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam. Produk ini juga menawarkan fleksibilitas yang tidak dimiliki oleh sistem perbankan konvensional (Antonio, 2001).

2. Peluang (Opportunities)

Dengan populasi muslim yang besar, Indonesia memiliki pasar potensial yang luas untuk perbankan syariah. Kesadaran akan pentingnya mematuhi prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi, termasuk perbankan, semakin meningkat di kalangan masyarakat. Tidak hanya itu, Digitalisasi merupakan peluang besar bagi perbankan syariah untuk meningkatkan aksesibilitas dan menjangkau lebih banyak nasabah. Penerapan teknologi seperti mobile banking, internet banking, dan layanan keuangan berbasis aplikasi memberikan kemudahan bagi nasabah untuk mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja. Digitalisasi juga memungkinkan untuk menciptakan produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah modern, serta meningkatkan efisiensi operasional (Nurdin, 2016).

3. Kelemahan (Weaknesses)

Walaupun perbankan syariah memiliki banyak kekuatan, ada beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan dalam strategi pemasarannya, seperti kurangnya pemahaman masyarakat mengenai konsep dan manfaat perbankan syariah, di mana literasi keuangan syariah masih rendah di beberapa wilayah. Selain itu, beberapa bank syariah memiliki biaya operasional yang lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional karena adanya kebutuhan untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya. Kurangnya diversifikasi produk juga menjadi tantangan, di mana banyak bank syariah masih terbatas dalam penawaran produknya, sehingga mengurangi daya saing di pasar yang lebih luas (Salman, 2023).

4. Ancaman (Threats)

Perbankan syariah menghadapi sejumlah ancaman yang dapat mempengaruhi pertumbuhannya, seperti persaingan dengan bank konvensional yang sudah mapan dan mulai menawarkan produk berbasis syariah, sehingga meningkatkan persaingan dalam pasar keuangan syariah. Selain itu, regulasi yang kompleks juga menjadi tantangan, meskipun didukung oleh pemerintah, karena kepatuhan terhadap regulasi syariah yang ketat dapat memperlambat proses inovasi dan adaptasi pasar. Perbankan syariah juga rentan terhadap ketidakstabilan ekonomi global, termasuk dampak dari krisis keuangan yang dapat mempengaruhi likuiditas dan kepercayaan pasar (Yusuf et al., 2024).

Strategi pemasaran perbankan syariah di Indonesia harus memperkuat kelebihan yang ada, seperti prinsip syariah dan dukungan pemerintah, sambil memanfaatkan peluang besar yang ditawarkan oleh populasi Muslim dan inovasi digital. Di sisi lain, bank syariah juga harus mengatasi kelemahan seperti rendahnya literasi keuangan syariah dan biaya operasional yang lebih tinggi, serta bersiap menghadapi ancaman dari persaingan dan ketidakstabilan ekonomi global.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Jurnal ini menyimpulkan bahwa implementasi strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan aksesibilitas dan daya saing perbankan syariah di Indonesia. Pertumbuhan perbankan syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk dukungan regulasi, partisipasi masyarakat, dan peran lembaga keagamaan. Melalui analisis SWOT, ditemukan bahwa bank syari'ah mempunyai kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak, serta memperbaiki kualitas layanan. Namun, juga dihadapkan pada kelemahan dan ancaman, seperti persaingan ketat dengan bank konvensional.

Saran

Strategi pemasaran yang disarankan mencakup peningkatan loyalitas nasabah, penerapan strategi pick-up, dan kolaborasi dengan institusi lain. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan bank syariah dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pasar dan meningkatkan kontribusinya terhadap ekonomi Indonesia. Secara keseluruhan, keberhasilan perbankan syariah tidak hanya bergantung pada penerapan manajemen strategis, tetapi juga pada kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi dalam menghadapi tantangan yang ada.

Daftar Pustaka

- Abduh, M., & Azmi Omar, M. (2012). Islamic banking and economic growth: the Indonesian experience. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 5(1), 35–47. <https://doi.org/10.1108/17538391211216811>
- Abdul, A. R., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkayah, S. (2022). Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 352–365. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9505](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9505)
- 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)
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*.
- Bangsawan, M. I. (2017). Eksistensi Ekonomi Islam (Studi Tentang Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia). *Law and Justice*, 2(1), 24–34.

<https://doi.org/10.23917/laj.v2i1.4334>

- Blume, L. E., & Sargent, T. J. (2015). Harrod 1939. *Economic Journal*, 125(583), 350–377. <https://doi.org/10.1111/ecoj.12224>
- Diba, N. F., Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan Tata Kelola Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Di Indonesia. *Ekspose: Jurnal Penelitian Hukum Dan Pendidikan*, 18(2), 868–876. <https://doi.org/10.30863/ekspose.v18i2.485>
- Habibi, M. R., & Diah, R. (2022). Peran Perbankan Syari'ah dalam Perkembangan Perekonomian di Indonesia. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12(1), 1–25. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2022.12.1.1-25>
- Harmoko, I. (2017). Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional. *Wadiyah*, 1(1), 22–41. <https://doi.org/10.30762/wadiyah.v1i1.1278>
- Haron, S., & Ahmad, N. (2000). The effects of conventional interest rates and rate of profit on funds deposited with Islamic banking system in Malaysia. *International Journal of Islamic Financial Services*, 1(4), 1–7.
- Jamaa, L. (2018). Fatwas of the Indonesian council of ulama and its contributions to the development of contemporary Islamic law in Indonesia. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 8(1), 29–56. <https://doi.org/10.18326/ijims.v8i1.29-56>
- 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>
- Keuangan, P. I., Tania, F., Fiyantika, P., & Laily Nisa, F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Dalam Menghadapi. *Economic and Business Management International Journal Mei*, 6(2), 2715–3681.
- Kurrohman, T.-. (2017). Peran Dewan Pengawas Syariah Terhadap Syariah Compliance Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum Dan Keadilan*, 8(2), 49–61. <https://doi.org/10.32493/jdmhkdmhk.v8i2.694>
- Marlina, L., Rusydiana, A. S., Hidayat, P., & Firdaus, N. (2021). Twenty Years of Islamic Banking in Indonesia: a Biblioshiny Application. *Library Philosophy and Practice*, 2021(March), 1–22.
- Nurdin, N. (2016). The Roles Of Information Tecnology In Islamic Bank Knowledge Management A study of Two Syariah Banks in Palu. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 13(2), 181–217.
- Payabadar, F., & Thamrin, H. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Perkembangan Produk Perbankan Dan Iknb Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1), 12–23. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).8442](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).8442)
- Prabowo, B. A., & Jamal, J. Bin. (2017). Peranan Dewan Pengawas Syariah terhadap Praktik Kepatuhan Syariah dalam Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Hukum IUS QRIA IUSTUM*, 24(1), 113–129. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol24.iss1.art6>

- Salman, K. R. (2023). The Determinants of Profit-Loss Sharing Financing of Islamic Banks in Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 13(2), 95–111. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v13i2.95-111>
- Saoqi, A. A. Y. (2017). Analyzing the performance of Islamic banking in Indonesia and Malaysia: Maqasid index approach. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 29–50.
- Sudarmawan, B. N., & Miranti, T. (2022). Potensi Digital Ekonomi Bagi Perkembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *IEB: Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 23–29. <https://doi.org/10.19109/ieb.v1i1.12037>
- Untuk, D., Tugas, M., Gelar, M., & Ekonomi, S. (2022). Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Dan Pengetahuan Terhadap Preferensi Menabung Pada PT Bank Syariah Indonesia TBK Kantor cabang Pembantu Gunung Tua.
- Werdi Apriyanti, H. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1), 16. <https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.16-23>
- Yusuf, M., Dasawaty, E. S., Esra, M. A., Apriwenni, P., Meiden, C., & Fahlevi, M. (2024). Integrated reporting, corporate governance, and financial sustainability in Islamic banking. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 273–290. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.9.022>