

Analisis implementasi manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing bank syariah di era digitalisasi keuangan

Augie Ryan Rahman

Program Studi Perbankan Syari'ah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
e-mail: augieryanraman@gmail.com

Kata Kunci:

Inovasi, sektor perbankan, digitalisasi keuangan, fintech, manajemen strategi

Keywords:

Innovation, banking sector, financial digitization, fintech, strategic management

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital kini kian maju dan selalu melahirkan generasi-generasi baru yang menciptakan berbagai inovasi yang unggul dan membantu pekerjaan ataupun kegiatan supaya lebih efisien dan praktis. Perkembangan teknologi ini juga telah mengubah beberapa instrumen dalam dunia keuangan, terutama di sektor perbankan, terkhususnya Lembaga bank syariah sesuai dengan tema dari artikel ini. Dengan adanya digitalisasi, mendorong persaingan ketat antara bank syari'ah dan lembaga keuangan yang tidak kalah saing di bidang fintech. Tujuan di buatnya artikel ini yakni untuk menganalisis implementasi ataupun penerapan manajemen strategi yang di terapkan oleh bank syari'ah untuk meningkatkan daya saing di situasi digitalisasi keuangan ini.

ABSTRACT

Digital technology is advancing rapidly and constantly giving rise to new generations that create superior innovations and help make work and activities more efficient and practical. This technological development has also changed several instruments in the financial world, especially in the banking sector, particularly Islamic banking institutions, in line with the theme of this article. With digitalization, there is fierce competition between Islamic banks and financial institutions that are no less competitive in the field of fintech. The purpose of this article is to analyze the implementation or application of strategic management applied by Islamic banks to increase competitiveness in this era of financial digitalization.

Pendahuluan

Manajemen strategi adalah rangkaian keputusan dan tindakan yang ditujukan untuk meraih tujuan jangka panjang suatu organisasi. Dalam lembaga keuangan, manajemen strategi berfungsi sebagai alat krusial untuk menjamin kelangsungan dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis yang selalu berubah. Dengan kemajuan teknologi digital, tantangan baru muncul di sektor keuangan global. Transformasi digital mengharuskan bank untuk berfungsi lebih cepat, efisien, dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan masa kini.

Untuk bank syariah, tantangan ini memiliki karakteristik khusus karena mereka harus bersaing dalam aspek teknologi sekaligus mempertahankan integritas nilai-nilai syariah. Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (2023), proporsi pasar perbankan syariah



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

di Indonesia baru mencapai sekitar 6,9% dari seluruh aset perbankan nasional, yang mengindikasikan masih ada peluang signifikan untuk peningkatan daya saing. Untuk menguatkan posisi ini, bank syariah memerlukan penerapan strategi yang fokus pada inovasi dan teknologi sambil tetap memperhatikan prinsip syariah.

Era digitalisasi keuangan yang ditandai oleh kemunculan layanan berbasis fintech, perbankan terbuka, dan sistem pembayaran digital telah mengubah paradigma industri perbankan dari sistem tradisional menuju sistem yang sepenuhnya digital. Financial Technology (Fintech) Syariah memiliki peran penting dalam memperkuat perekonomian nasional Indonesia melalui peningkatan inklusi keuangan, efisiensi layanan keuangan berbasis prinsip syariah, serta pemberdayaan sektor UMKM dengan sistem transaksi yang lebih mudah, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Rozi et al., 2024).

Transformasi ini menawarkan kesempatan besar bagi bank syariah untuk memperluas layanan, meningkatkan efisiensi, serta merancang produk keuangan baru yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat masa kini. Namun, di sisi lain, digitalisasi juga menghadirkan tantangan berat seperti meningkatnya ancaman keamanan siber, ketergantungan pada teknologi, dan persaingan ketat dari bank tradisional maupun perusahaan fintech yang bukan bank.

Karakteristik nasabah dari tahun ke tahun berbeda-beda, generasi milenial dan Gen Z yang cenderung lebih menyukai layanan digital merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan. Generasi ini mengharapkan layanan yang cepat, mudah, transparan, dan berfokus pada nilai. Ini mengharuskan bank syariah untuk tidak hanya meningkatkan kemampuan digitalnya, tetapi juga mengubah budaya organisasi menuju pola pikir digital yang kuat. Dalam konteks ini, penerapan manajemen strategis sangat penting dalam menetapkan arah kebijakan dan pelaksanaan inovasi digital yang tetap sesuai dengan prinsip maqashid syariah.

Tujuan di buatnya artikel ini yakni untuk menganalisis implementasi ataupun penerapan manajemen strategi yang di terapkan oleh bank syaria'ah untuk meningkatkan daya saing di situasi digitalisasi keuangan ini. Metode yang digunakan Adalah studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang bersumberkan akademik saat ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa perbankan syari'ah memerlukan pengimplementasian strategi yang inovatif melalui transformasi digital

Pembahasan

Transformasi digital sebagai pilar strategi kompetitif

Transformasi digital merupakan strategi utama bagi bank syariah untuk menghadapi disrupsi teknologi. Penggunaan aplikasi mobile banking, internet banking, dan digital payment system telah menjadi keharusan untuk memberikan kemudahan layanan dan transaksi kepada nasabah. Bank Syariah Indonesia (BSI), misalnya, telah meluncurkan BSI Mobile yang tidak hanya menyediakan fitur keuangan umum tetapi juga fitur sosial keagamaan seperti zakat dan wakaf digital, yang sangat memudahkan kita sebagai konsumen untuk bertransaksi dengan efisien dan praktis, dengan tetap mempertahankan prinsip-prinsip Islam.

Penerapan teknologi digital ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan nilai tambah melalui pengalaman nasabah yang lebih baik (customer experience). Hal ini diperkuat oleh (Kamila & Solekah, 2025) yang menyampaikan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking pada bank syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap keamanan sistem, serta persepsi kesesuaian layanan dengan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional bank tersebut. Selain itu, adopsi big data analytics dan artificial intelligence (AI) memungkinkan bank untuk memahami perilaku nasabah dan merancang produk yang lebih personal.

Penguatan SDM dan Budaya Organisasi Digital

Keberhasilan implementasi strategi digital sangat bergantung pada kompetensi sumber daya manusia (SDM). Menurut metodologi penelitian dalam manajemen sumber daya manusia berperan penting dalam menghasilkan data yang valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis terkait pengelolaan dan pengembangan potensi manusia dalam organisasi Bank syariah perlu mengembangkan SDM yang memiliki pemahaman digital sekaligus pengetahuan tentang keuangan syariah. Program pelatihan digital banking, sertifikasi kompetensi syariah, dan pembentukan budaya kerja inovatif menjadi bagian penting dari strategi ini. Penerapan teknologi digital ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan nilai tambah melalui pengalaman nasabah yang lebih baik (customer experience). Selain itu, adopsi big data analytics dan artificial intelligence (AI) memungkinkan bank untuk memahami perilaku nasabah dan merancang produk yang lebih personal.

Selain itu, kepemimpinan transformasional diperlukan untuk mengarahkan perubahan organisasi menuju budaya digital. Pemimpin bank syariah harus menjadi penggerak dalam mendorong inovasi, membuka kolaborasi lintas divisi, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pembelajaran berkelanjutan.

Integrasi Nilai-Nilai Syariah dalam Strategi Digital

Prinsip syariah menjadi pembeda utama antara bank syariah dan bank konvensional. Dalam era digital, integrasi nilai-nilai syariah menjadi kunci kepercayaan publik. Implementasi Shariah Governance Framework memastikan setiap inovasi produk digital tetap mematuhi prinsip Islam. Sebagai contoh, penerapan sistem pembiayaan online berbasis akad syariah dapat dilakukan melalui smart contract yang meminimalkan risiko pelanggaran hukum syariah.

Bank syariah juga perlu menekankan etika bisnis Islam dalam pengelolaan data nasabah, transparansi informasi, dan keadilan dalam penetapan biaya layanan. Integrasi nilai-nilai ini akan memperkuat reputasi dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Kolaborasi Strategis dengan Fintech Syariah

Kolaborasi dengan perusahaan fintech menjadi strategi inovatif untuk memperluas layanan dan menjangkau segmen pasar yang belum terlayani (unbanked population). Fintech syariah dapat membantu bank mempercepat proses pembiayaan

mikro, memperluas inklusi keuangan, serta menghadirkan produk pembiayaan berbasis teknologi yang sesuai prinsip Islam.

Contohnya, kemitraan antara bank syariah dan fintech seperti ALAMI Sharia dan Investree Syariah menunjukkan sinergi positif dalam pengembangan pembiayaan digital berbasis akad syariah. Kolaborasi semacam ini meningkatkan efisiensi, memperluas penetrasi pasar, serta memperkuat posisi bank syariah di era ekonomi digital.

Tantangan Implementasi Strategi Digital Bank Syariah

Berbagai tantangan yang masih dihadapi meliputi kurangnya infrastruktur teknologi di lokasi tertentu yang menghalangi penerapan layanan digital, kekurangan kompetensi SDM khususnya di daerah cabang, rendahnya tingkat literasi keuangan syariah digital dalam masyarakat, serta regulasi dan standar syariah yang belum sepenuhnya mendukung inovasi berbasis teknologi.

Untuk menyelesaikan tantangan itu, diperlukan kolaborasi antara pengatur, pelaku sektor, dan institusi pendidikan. Penguatan kebijakan syariah digital oleh OJK dan BI, serta penyatuan kurikulum fintech syariah di universitas, dapat mempercepat persiapan ekosistem keuangan syariah digital.

Strategi Pemasaran Digital Berbasis Prinsip Syariah

Strategi pemasaran digital merupakan elemen krusial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan loyalitas nasabah (Anggraini & Fasa, 2024). Bank syariah saat ini memanfaatkan media sosial, kampanye digital, dan kerja sama dengan influencer halal untuk mengenalkan produk yang berlandaskan akad syariah. Pendekatan pemasaran yang berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti keadilan dan transparansi, berfungsi sebagai faktor pembeda yang menguatkan citra merek bank syariah di mata publik. Di samping itu, metode konten yang mendidik dan mempromosikan literasi keuangan syariah juga berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat.

Dengan pendekatan ini, bank syariah dapat mengintegrasikan nilai-nilai moral dan etika dalam setiap komunikasi pemasarannya, membangun hubungan emosional yang lebih kokoh dengan nasabah. Sebagaimana dijelaskan oleh (Susanto, 2013), penerapan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, dan tolong-menolong (ta'awun) dalam sistem ekonomi dapat memperkuat nilai moral dan etika dalam aktivitas bisnis. Prinsip tersebut dapat diadaptasi dalam konteks pemasaran digital bank syariah untuk memastikan bahwa setiap strategi promosi dan komunikasi tetap mencerminkan nilai-nilai Islam serta berorientasi pada kemaslahatan masyarakat.

Penguatan Inovasi Produk Digital Syariah

Inovasi produk yang didasarkan pada teknologi diperlukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah masa kini. Misalnya, pengembangan e-mudharabah, tabungan haji digital, dan platform investasi syariah daring. Inovasi tersebut memperlihatkan kemampuan bank syariah dalam beradaptasi tanpa melanggar kaidah syariah, sekaligus mendukung percepatan ekonomi halal di tingkat nasional (Asnawi, 2021). Selain itu, peningkatan riset dan kerja sama dengan universitas serta lembaga teknologi bisa mempercepat inovasi produk syariah berbasis digital. Bank syariah harus menciptakan laboratorium inovasi untuk menguji dan merilis produk baru dengan cepat dan efisien.

Evaluasi Keberhasilan Implementasi Strategi Digital Bank Syariah

Penilaian keberhasilan pelaksanaan strategi dilakukan dengan mengukur indikator kinerja utama (KPI) seperti perkembangan aset digital, tingkat kepuasan pelanggan, dan efisiensi biaya operasional (Fuadi & Yafi, 2024). Evaluasi juga mencakup pemeriksaan kepatuhan pada prinsip syariah di setiap produk digital. Pendekatan evaluatif ini menjamin bahwa strategi yang diimplementasikan memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Implementasi manajemen strategi dalam meningkatkan daya saing bank syariah di era digitalisasi keuangan merupakan kebutuhan strategis untuk menjaga keberlanjutan bisnis. Strategi yang diterapkan harus mencakup empat pilar utama: transformasi digital, penguatan SDM, integrasi nilai-nilai syariah, dan kolaborasi strategis. Keberhasilan strategi tersebut sangat bergantung pada komitmen manajemen puncak, dukungan regulasi, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi.

Dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada serta menjadikan nilai-nilai Islam sebagai landasan inovasi, bank syariah tidak hanya mampu bersaing dengan lembaga keuangan konvensional, tetapi juga berpotensi menjadi pionir keuangan etis di tingkat global.

Daftar Pustaka

- Anggraini, M., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik (JUMATI)*, 2(4).
- Asnawi, N. (2021). *Mendukung masterplan ekonomi syariah Indonesia melalui internalisasi pemasaran syariah pada industri halal strategis*. <http://repository.uin-malang.ac.id/7874/>
- Fuadi, M. K., & Yafi, M. M. (2024). Strategi Pengukuran Kinerja dengan Metode Balanced Scorecard dan Analytical Hierarchy Process. *Nusantara Technology and Engineering Review*, 2(2), 74–83.
- Kamila, T. P., & Solekah, N. A. (2025). Determinan keputusan penggunaan layanan mobile banking bank syariah. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 86–98. <https://repository.uin-malang.ac.id/23722/>
- Rozi, F., AR, S. W. S., Khowatim, K., & Rochayatun, S. (2024). Peran financial technology (fintech) syariah dalam perekonomian negara di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1668–1674. <https://repository.uin-malang.ac.id/21089/>
- Susanto, B. (2013). Penerapan Prinsip Syariah Dalam Lembaga Perasuransian Di Indonesia. *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah*, 5(1). <https://repository.uin-malang.ac.id/2151/>