

Strategi inovasi dan diferensiasi produk sebagai upaya peningkatan daya saing bank syariah

Alfia Nur Azizah

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: alfianur.azizah05@gmail.com

Kata Kunci:

Strategi, diferensiasi, produk, ekonomi, bank syariah

Keywords:

Strategy, differentiation, product, economy, islamic bank

ABSTRAK

Semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi saat ini menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi antar perusahaan dalam upaya menguasai dan mempertahankan pasar. Setiap perusahaan berupaya untuk memperluas pangsa pasar dan mempertahankan eksistensinya di tengah kompetisi yang semakin ketat. Hal ini juga berlaku bagi lembaga keuangan, baik yang berbasis konvensional maupun syariah. Bank syariah, khususnya, dihadapkan pada tantangan untuk bersaing tidak hanya dengan bank konvensional, tetapi juga dengan sesama bank

syariah dalam memberikan layanan terbaik dan menciptakan kepuasan pelanggan. Dalam menghadapi situasi tersebut, dibutuhkan penerapan manajemen strategis yang efektif dan terarah. Manajemen strategi berperan penting dalam merumuskan langkah-langkah kebijakan yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan, sekaligus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Setiap keputusan strategis harus dipertimbangkan dengan matang agar tetap sejalan dengan tujuan jangka panjang perusahaan. Kesalahan dalam menentukan kebijakan dapat berdampak serius, seperti menurunnya loyalitas nasabah atau berkurangnya pendapatan. Melalui penelitian berbasis studi pustaka, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen strategi yang kuat dan adaptif menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan pasar. Dengan strategi yang tepat, bank syariah dapat memperkuat daya saing, meningkatkan kepercayaan nasabah, serta menjaga stabilitas pertumbuhan di tengah perubahan ekonomi global.

ABSTRACT

The rapid growth of the economy today has led to intense competition among companies striving to dominate and maintain their market positions. Every company seeks to expand its market share and sustain its existence amid increasingly fierce competition. This condition also applies to financial institutions, both conventional and Islamic. Islamic banks, in particular, face the challenge of competing not only with conventional banks but also with other Islamic banks in providing the best services and ensuring customer satisfaction. To address these challenges, the implementation of effective and well-directed strategic management is essential. Strategic management plays a crucial role in formulating policy actions that align with the company's vision and mission while adapting to the dynamic business environment. Each strategic decision must be carefully considered to ensure consistency with the organization's long-term goals. Errors in decision-making may lead to serious consequences, such as decreased customer loyalty or reduced income. Based on a literature review, it can be concluded that the application of strong and adaptive strategic management is the key to winning market competition. With the right strategy, Islamic banks can strengthen their competitiveness, enhance customer trust, and maintain sustainable growth amid global economic changes.



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.

Pendahuluan

Semakin berkembangnya berbagai lembaga perbankan, maka persaingan dalam dunia perusahaan atau perbankan semakin sengit dan tidak dapat dihindari lagi. Maka dari itu, untuk menghadapi persaingan tersebut dalam sebuah perusahaan memerlukan suatu proses pemahanan terhadap situasi internal suatu perusahaan dan lingkungan eksternal dimana perusahaan bersaing (Menteri Kesehatan, 2024).

Industri keuangan berbasis syariah kini menjadi komponen penting yang tak terpisahkan dari sistem keuangan di Indonesia maupun di berbagai negara lainnya. Perbankan syariah dianggap sebagai solusi pembiayaan yang berkeadilan dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat (Salsabila et al., 2023). Dalam beberapa tahun terakhir, khususnya sejak memasuki abad ke-21, sektor perbankan syariah menunjukkan perkembangan yang signifikan dan mengalami pertumbuhan yang pesat. Suatu perusahaan pasti mengupayakan apa saja agar Perusahaan dapat mencapai keuntungan yang tinggi. Sehingga, usaha yang diperlukan untuk mendapatkan laba tersebut yaitu perusahaan akan mengerahkan semua sumber daya yang dimiliki untuk mencapai hasil yang diinginkan (Khaerunnisa et al., 2024).

Perubahan dalam bidang keuangan merupakan sesuatu yang nyata dan menjadi bagian dari proses perkembangan sejarah. Agama turut mendorong umatnya untuk senantiasa berpikir, berusaha, dan bekerja keras agar mampu mengikuti kemajuan zaman serta memenuhi kebutuhan manusia sesuai dengan perkembangan yang terjadi. Setiap era memiliki tantangan dan tuntutan yang berbeda, sehingga berpikir dan berkembang secara berkelanjutan menjadi keharusan. Hal ini sejalan dengan hakikat Islam sebagai rahmatan lil 'alamin, yang membawa keberkahan bagi seluruh makhluk.

Pengembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sejumlah inisiatif strategis yang diinisiasi oleh Bank Indonesia (Arfan, 2025). Inovasi produk dan layanan adalah salah satu cara untuk meningkatkan daya saing bank syariah di Indonesia. Dengan terus melakukan inovasi, bank syariah dapat memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin beragam dan berubah seiring waktu. Inovasi ini juga membantu bank syariah dalam mengurangi dampak persaingan dari bank-bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya.

Strategi Inovasi dan Diferensiasi

Di era digital saat ini, persaingan dalam industri perbankan semakin intens. Strategi bisnis yang efektif bagi bank saat ini harus mampu menghadapi persaingan yang begitu ketat dalam lingkungan bisnis yang terus berubah dan rumit, serta peningkatan penggunaan sistem digital di bank syariah. Dengan mengembangkan strategi yang tepat, bank bisa meningkatkan kualitas layanan perbankannya. Jika tidak melakukan hal ini, bisa saja menyebabkan penurunan kepercayaan nasabah dan berdampak pada perlambatan pertumbuhan ekonomi..

Perkembangan lingkungan yang semakin cepat dan persaingan yang semakin sengit membuat bank syariah harus mencari cara yang tepat untuk meningkatkan pangsa pasar mereka, meskipun bank-bank konvensional sudah sangat kuat dan mempunyai pengaruh yang besar (Rukmanasari et al., 2024). Bank syariah yang

berlandaskan prinsip-prinsip Islam berusaha memperkokoh eksistensinya di tengah persaingan yang ketat dengan bank konvensional yang sudah memiliki pangsa pasar luas. Perubahan perilaku masyarakat yang kini lebih menyukai layanan keuangan yang praktis, cepat, dan aman melalui sistem digital menjadi pendorong utama bagi bank syariah untuk terus melakukan inovasi serta menciptakan keunikan dalam produk dan layanannya.

Dengan menitikberatkan pada inovasi serta diferensiasi produk, bank syariah memiliki potensi besar untuk memperluas pangsa pasarnya di tengah pesatnya perkembangan era digital. Dalam menghadapi persaingan digital yang semakin ketat, perbankan syariah perlu mengambil langkah yang lebih proaktif dan strategis guna menarik serta mempertahankan pasar yang lebih luas.

Pembahasan

Di era persaingan industri perbankan yang semakin ketat, perbankan syariah harus mampu berinovasi dan menciptakan diferensiasi produk agar dapat meningkatkan daya saing dan bertahan dengan adanya teknologi yang semakin maju. Perbankan syariah tidak hanya dituntut untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasional bank, tetapi juga harus mampu melahirkan produk-produk baru dan layanan yang kompetitif serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern saat ini.

Selain itu, nasabah masa kini semakin mengutamakan layanan yang bersifat personal dan menyesuaikan dengan kebutuhan individu mereka. Untuk tetap bersaing dalam kondisi tersebut, bank syariah perlu terus berinovasi dengan menciptakan produk serta layanan yang sesuai dengan perkembangan pasar digital, mengoptimalkan aplikasi perbankan yang responsif, dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Inovasi sendiri merupakan gagasan, konsep, atau praktik yang dianggap dan diterima sebagai sesuatu yang baru oleh individu maupun kelompok yang menerapkannya (Islam et al., 2007). Bank syariah memiliki peluang besar untuk meningkatkan pangsa pasar mereka di masa digital saat ini jika mereka fokus pada inovasi, menggunakan teknologi secara bijak, memahami dengan baik kebutuhan pasar, serta tetap berkomitmen pada prinsip syariah. Dalam menghadapi persaingan yang semakin intens di era digital, bank syariah harus menerapkan strategi yang tepat dan terarah guna memperluas serta menjaga pangsa pasarnya.

Saat ini, produk-produk dalam perbankan syariah terus mengalami pengembangan dengan menghadirkan beragam jenis layanan dan skema keuangan yang bervariasi. Langkah tersebut dipandang sebagai wujud dari inovasi di sektor perbankan syariah. Pembaruan ini menjadi elemen penting dalam proses pengembangan layanan dan produk keuangan berbasis syariah (Apriyanti, 2018). Upaya ini bisa membuat perbankan syariah menjadi pilihan lain dalam sistem perbankan yang dapat dipercaya dan bisa digunakan oleh semua kalangan masyarakat Indonesia, tanpa ada yang tertinggal. Inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat bisa menghasilkan berbagai jenis produk perbankan yang beragam.

Penerapan Manajemen Strategi pada Perbankan Syariah

Untuk meningkatkan produk agar mampu bersaing dengan perbankan lainnya, perbankan syariah menggunakan strategi manajemen agar dapat membantu perkembangan bank dalam memasarkan dan juga meningkatkan produk-produk yang ada di bank syariah, tidak hanya itu manajemen strategi juga membantu untuk melahirkan produk baru bagi bank syariah.

Manajemen strategi sendiri dapat didefinisikan sebagai pelaksanaan rencana dan aktivitas yang berkaitan dengan aspek-aspek penting, mendasar, menyeluruh, serta berkelanjutan bagi organisasi secara keseluruhan. Dengan demikian, manajemen strategik mencakup proses perumusan strategi serta penerapannya (Musnandar, 2013).

Manajemen strategi adalah rangkaian keputusan serta tindakan manajerial yang berperan dalam menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Di dalamnya terdapat proses pengambilan keputusan dan tindakan yang mencakup perumusan (*formulating*) serta pelaksanaan (*implementasi*) berbagai rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan. Selain itu, adanya tahap evaluasi memungkinkan organisasi menilai dan memastikan tercapainya target di masa depan (Ja'far as-Shodiq, 2020).

Dampak Strategi Inovasi dan Diferensiasi pada Perbankan Syariah

Inovasi dan diferensiasi pada produk perbankan syariah memberikan dampak positif bagi bank sehingga mampu bertahan di gempuran era digital. Banyak bisnis baru bermunculan, menunjukkan bahwa sektor usaha saat ini sedang berkembang dengan cepat. Industri perbankan syariah juga semakin berkembang, menawarkan berbagai produk berdasarkan prinsip syariah dan meningkatkan layanan jasanya, sehingga memicu persaingan yang lebih ketat dalam dunia perbankan belakangan ini. Karena itu, bank syariah bisa mendapatkan banyak peluang untuk berkembang dan maju.

Perkembangan produk dan meningkatnya layanan pada bank syariah akan memberikan kepuasan bagi nasabah, Hal tersebut menjadikan layanan pelanggan sebagai salah satu faktor strategis dalam upaya memenangkan kompetisi serta menjaga reputasi perusahaan di mata pasar dan masyarakat luas (Supriyanto et al., 2023). Pelayanan terhadap pelanggan memiliki peran yang sangat krusial, karena tidak sekadar memberikan jasa, tetapi juga mencakup kemampuan untuk memahami, mengenali, dan merasakan kebutuhan pelanggan secara mendalam. Tujuan dari layanan ini adalah untuk berbagi perasaan baik kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk. Hal ini juga memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan. Selain itu, strategi pemasaran yang langsung berinteraksi dengan nasabah dan membangun hubungan yang baik dengan lembaga serta pengusaha dianggap sangat efektif.

Kesimpulan dan Saran

Strategi inovasi dan diferensiasi produk memiliki peran yang sangat penting bagi perbankan syariah untuk meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri yang semakin panas. Melalui inovasi, perbankan dapat menciptakan produk dan layanan baru

yang relevan terhadap nasabah dengan perkembangan teknologi yang terus berkembang tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah didalamnya. Sementara itu, diferensiasi produk dapat memberikan nilai tambah bagi bank syariah karena produk yang dikeluarkan tidak dimiliki oleh pesaing. Perbankan syariah memiliki nilai lebih unggul dari segi pelayanan, transaksi dan penerapan nilai-nilai etika dalam islam. Penerapan kedua strategi tersebut dapat memperkuat daya saing perbankan syariah dengan meningkatkan loyalitas nasabah, meningkatkan citra positif bagi perusahaan dan juga dapat memperluas mangsa pasar perbankan syariah.

Daftar Pustaka

- Apriyanti, H. W. (2018). Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83–104. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2053>
- Arfan, A. (2025). *Inisiatif Bank Indonesia dalam perencanaan pengembangan perbankan syariah*. <https://repository.uin-malang.ac.id/23336/>
- Islam, U., Maulana, N., & Ibrahim, M. (2007). 22327-64637-1-Pb. *peringkat* 61, 243–249.
- Ja'far as-Shodiq, M. (2020). Manajemen Strategis Perguruan Tinggi Islam Dalam Mengintegrasikan Sains Dan Agama (Studi Kasus di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang). *Al-Hikmah: Jurnal Kependidikan Dan Syariah*, 8(1), 133–149.
- Khaerunnisa, Wahyuningsih, N., & Iqbal, M. (2024). Analisis Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 Abstrak. *Inovasi produk dan layanan merupakan salah satu cara*. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 5(2), 200–223.
- (Menteri Kesehatan, 2014). (2024). *INOVASI DAN DIFERENSIASI : STRATEGI BANK JATIM KCP BABAT DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI PERBANKAN*. 6(February), 4–6.
- Musnandar, A. (2013). Implementasi Manajemen Strategi dalam Pengembangan Budaya Organisasi pada Perguruan Tinggi Islam Studi Kasus di UIN Maliki Malang. *ULUL ALBAB Jurnal Studi Islam*, 14(1), 57–83. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ululalbab/article/view/2324>
- Rukmanasari, I., Kurniadi, K., Mu'min, Muh. D. N. A., Bulutoding, L., & Muhlis, S. (2024). Analisis Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Market Share Ditengah Eksistensi Bank Konvensional Pada Era Digital. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 296–303. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1658>
- Salsabila, N. R., Hidayatullah, A. D., & Hussin, N. S. (2023). Bank syariah sebagai alternatif pembiayaan untuk meningkatkan ekonomi umat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 96–114. <https://repository.uin-malang.ac.id/14747/>
- Supriyanto, M. A., Siswanto, S., & Rahayu, Y. S. (2023). Factors affecting customer loyalty of Bank Syariah Indonesia. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 416–424. <https://repository.uin-malang.ac.id/18758/>