

Keunggulan kompetitif bank syariah: Analisis strategi berbasis nilai sosial dan ekonomi islam

Kurrotul Aini

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: kurrotulaini2424@gmail.com

Kata Kunci:

Keunggulan kompetitif, bank syariah, nilai sosial, ekonomi islam, maqasid syariah

Keywords:

Competitive advantage, Islamic banking, social values, Islamic economics, maqasid syariah

ABSTRAK

Perkembangan sektor perbankan syariah di Indonesia menunjukkan perubahan yang cukup berarti bersamaan dengan meningkatnya pemahaman Masyarakat terhadap prinsip-prinsip keuangan yang adil dan berbasis etika. Di Tengah persaingan global yang semakin rumit, kekuatan bersaing bank syariah tidak hanya bergantung pada efisien keuangan, tetapi pada kemampuan juga untuk menyelaraskan nilai-nilai sosial dan prinsip ekonomi islam kedalam rencana bisnis. Artikel ini mengeksplorasi bagaimana aspek Maqasid al-shariah yang mencakup, kesejahteraan, keadilan, dan berkelanjutan social dapat menjadi pondasi strategi bagi bank syariah untuk menciptakan keunikan yang bertahan lama. Pendekatan teoritis menggunakan kerangka kerja lima kekuatan

porter dan analisis SWOT dari segi pandang ekonomi islam sebagai evaluasi kekuatan internal, peluang eksternal, serta ancaman kompetitif di sektor keuangan. Hasil dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa strategi yang berlandaskan nilai sosial dan prinsip ekonomi Islam dapat menjadi sumber utama keunggulan kompetitif bagi bank syariah. Ada tiga cara utama bagaimana strategi ini bekerja. Pertama, bank syariah membangun kepercayaan masyarakat melalui praktik yang transparan dan patuh terhadap prinsip syariah. Kedua, bank syariah memanfaatkan inovasi digital secara etis untuk memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan inklusi keuangan bagi berbagai lapisan masyarakat. Ketiga, bank syariah mengintegrasikan tanggung jawab sosial dalam kegiatan usahanya, sehingga memiliki pembeda yang kuat dibandingkan bank konvensional. Selain itu, penerapan manajemen risiko yang sesuai dengan prinsip syariah membantu memperkuat stabilitas dan reputasi lembaga. Sementara itu, strategi pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai keagamaan terbukti mampu menumbuhkan loyalitas nasabah.

ABSTRACT

The development of the Islamic banking sector in Indonesia shows significant changes along with the increasing public understanding of fair and ethical financial principles. Amid increasingly complex global competition, the competitive strength of Islamic banks depends not only on financial efficiency, but also on their ability to align social values and Islamic economic principles with their business plans. This article explores how the aspects of Maqasid al-shariah, which include welfare, justice, and social sustainability, can form the foundation of a strategy for Islamic banks to create lasting uniqueness. The theoretical approach uses Porter's five forces framework and SWOT analysis from an Islamic economic perspective to evaluate internal strengths, external opportunities, and competitive threats in the financial sector. The results of various studies show that strategies based on social values and Islamic economic principles can be a major source of competitive advantage for Islamic banks. There are three main ways in which these strategies work. First, Islamic banks build public trust through transparent practices and compliance with sharia principles. Second, Islamic banks utilize ethical digital innovation to expand their service reach and increase financial inclusion for various segments of society. Third, Islamic banks integrate social responsibility into their business activities, giving them a strong differentiator compared to conventional



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.

banks. In addition, the implementation of risk management in accordance with sharia principles helps strengthen the stability and reputation of the institution. Meanwhile, marketing strategies that promote religious values have been proven to foster customer loyalty.

Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan percepatan transformasi digital, industri perbankan menghadapi persaingan yang semakin ketat dan kompleks. Dalam situasi ini, bank syariah dituntut untuk tidak hanya unggul dalam hal efisiensi dan inovasi produk, tetapi juga mampu menonjolkan nilai-nilai sosial serta prinsip etika Islam sebagai dasar dalam menjalankan strategi bisnis. Keunggulan kompetitif bank syariah tidak hanya diukur dari kinerja operasional yang efektif, melainkan juga dari kemampuannya mengharmonikan nilai-nilai Maqasid al-Syariah dengan strategi ekonomi modern. (Algifari & Andrini, 2024)

Sebagaimana yang telah dijelaskan (Hartono & Sarji, 2016) Keunggulan kompetitif yang berlandaskan prinsip syariah menuntut penerapan nilai keadilan, keterbukaan, serta tanggung jawab dalam seluruh proses manajemen risiko dan tata kelola. Pendekatan ini secara mendasar berbeda dari sistem konvensional yang berorientasi pada keuntungan semata, karena bank syariah beroperasi dalam bingkai nilai-nilai spiritual yang menempatkan kesejahteraan umat sebagai tujuan utama. Dengan demikian, strategi persaingan bank syariah harus disusun tidak hanya untuk mencapai efisiensi ekonomi, tetapi juga guna menjamin keberlanjutan sosial dan moral dalam setiap kegiatan keuangannya.

Menurut (Fathonah et al., 2025) mengungkapkan bahwa tingkat daya saing bank syariah dalam industri sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam memahami perubahan pasar serta menerapkan strategi yang responsif terhadap lima kekuatan persaingan Porter (Porter's Five Forces). Meski demikian, dalam perspektif syariah, elemen-elemen tersebut harus dimaknai melalui prinsip etika Islam yang menyeimbangkan antara pencapaian keuntungan dan keadilan. Dengan mengadopsi strategi yang berlandaskan nilai-nilai tersebut, bank syariah dapat menciptakan loyalitas nasabah yang berkesinambungan sekaligus memperkuat posisi kompetitifnya di tengah dinamika industri keuangan modern.

Selain itu, (Putri et al., 2024) menyoroti bahwa efektivitas strategi bersaing bank syariah sangat ditentukan oleh sejauh mana lembaga tersebut mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital serta mengembangkan produk yang memiliki ciri khas dan sejalan dengan prinsip-prinsip keuangan Islam. Adapun tantangan utama yang masih dihadapi industri perbankan syariah di Indonesia meliputi tingkat literasi keuangan syariah yang masih rendah, keterbatasan dalam inovasi produk, serta pandangan masyarakat yang belum sepenuhnya memahami keunggulan dan nilai lebih dari sistem perbankan berbasis syariah.

Dengan demikian, pentingnya penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk merumuskan model strategi keunggulan kompetitif yang mampu mengintegrasikan

nilai-nilai sosial serta ekonomi Islam. Melalui pendekatan strategi berbasis nilai (value-based strategy) yang berlandaskan pada Maqasid al-Syariah, penelitian ini berusaha menelaah bagaimana bank syariah dapat membangun keunggulan kompetitif yang tidak hanya berfokus pada aspek profitabilitas, tetapi juga pada keberlanjutan sosial dan spiritual. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memperkuat peran bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berdaya saing, beretika, serta memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

Pembahasan

Konsep Keunggulan Kompetitif Dalam Konteks Perbankan Syariah

Keunggulan kompetitif merujuk pada kemampuan suatu lembaga untuk menghadirkan nilai yang berbeda dan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya, baik melalui efisiensi operasional, inovasi produk, maupun keunikan layanan yang diberikan. Dalam ranah perbankan syariah, keunggulan ini tidak hanya menekankan aspek finansial, tetapi juga mencakup dimensi moral, sosial, dan spiritual yang berakar pada prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan keberlanjutan. Sinergi antara nilai ekonomi dan etika syariah ini membentuk identitas khas bagi bank syariah, membedakannya dari bank konvensional. Seperti yang dipaparkan oleh (Wafi et al., 2024), penerapan prinsip ekonomi Islam secara konsisten dapat meningkatkan transparansi, manajemen risiko, serta tanggung jawab sosial, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap perbaikan kinerja keuangan dan reputasi institusi.

Strategi Keunggulan Kompetitif Berbasis Nilai Sosial Dan Ekonomi Islam

Keunggulan kompetitif bank syariah dibangun melalui dua landasan utama, yaitu nilai sosial dan ekonomi Islam. Menurut (Ihwanudin et al., 2024), sistem ekonomi Islam dibangun di atas prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan bersama, yang menekankan etika dalam aktivitas ekonomi serta menolak praktik yang bersifat spekulatif dan merugikan pihak lain.

Nilai Sosial sebagai Fondasi Keunggulan

Nilai sosial dalam perspektif Islam berfungsi untuk mewujudkan kemaslahatan (maslahah) dan keadilan sosial. Penerapan Maqasid Syariah dalam pengelolaan usaha menjadi landasan bagi bank syariah untuk menyeimbangkan antara keuntungan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Prinsip-prinsip seperti perlindungan aset (hifz al-mal) dan keadilan dalam setiap transaksi memastikan bahwa kegiatan bank syariah tidak hanya berfokus pada profit, tetapi juga memegang teguh etika dan tanggung jawab sosial. Hal ini diperkuat oleh (Algifari & Andrini, 2024), yang menyatakan bahwa penerapan Maqasid Syariah memiliki peran krusial dalam membangun ekonomi Islam yang inklusif dan berkelanjutan.

Strategi bank syariah yang berfokus pada nilai-nilai sosial tercermin dalam berbagai kegiatan, antara lain: *satu*, Penyaluran zakat, infaq, dan wakaf produktif, yang memperkuat peran sosial bank di tengah masyarakat. *Dua*, Kerjasama dengan UMKM berbasis syariah, yang membantu pemerataan ekonomi serta mengurangi kesenjangan

sosial. *tiga*, Program literasi keuangan syariah dan edukasi publik, yang berfungsi sebagai sarana dakwah sekaligus memperluas jaringan nasabah.

Riset yang dilakukan oleh (Prabowo & Fitri, 2025) menunjukkan bahwa inisiatif literasi keuangan syariah yang dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui media sosial, kolaborasi dengan institusi pendidikan, dan pelatihan komunitas memberikan dampak positif terhadap pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip keuangan Islam.

Peningkatan pemahaman ini secara langsung memperluas tingkat kepercayaan publik, yang pada gilirannya memperkuat posisi kompetitif bank syariah dalam industri perbankan nasional.

Selain itu, pendekatan berbasis sosial juga berperan sebagai strategi branding moral. Bank syariah dilihat oleh masyarakat bukan sekadar sebagai institusi keuangan, tetapi sebagai agen pembangunan moral dan ekonomi. Dengan menempatkan nilai-nilai sosial sebagai keunggulan strategis, bank syariah memperoleh legitimasi sosial yang tidak dimiliki oleh bank konvensional.

Menurut (Rakhima Salsabila et al., 2023) lembaga perbankan syariah memiliki peranan strategis dalam mendorong penguatan ekonomi masyarakat. Hal ini diwujudkan melalui mekanisme pembiayaan yang berlandaskan prinsip keadilan serta berorientasi pada keberlanjutan, sehingga aktivitas operasionalnya tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga berdampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan sosial secara lebih merata.

Aspek Ekonomi Islam dalam Meningkatkan Daya Saing

Dalam kerangka ekonomi Islam, strategi kompetitif bank syariah didasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis Islami, seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, transparansi, dan keadilan (*'adl*). Menurut (Hartono & Sarji, 2016) penerapan manajemen risiko yang berlandaskan syariah menjadi salah satu faktor kunci dalam memperkuat keunggulan kompetitif lembaga.

Manajemen risiko syariah menolak praktik *riba*, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (spekulasi), sekaligus mendorong tata kelola yang terbuka dan bertanggung jawab. Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, bank dapat meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat, meminimalkan potensi kerugian, serta mengoptimalkan operasionalnya. Kepatuhan terhadap syariah di sini bukan hanya kewajiban religius, tetapi juga strategi manajerial yang mendukung stabilitas jangka panjang.

Sementara itu, penerapan prinsip *maqashid syariah* sebagaimana dijelaskan oleh Ibnu Asyur menegaskan bahwa seluruh aktivitas ekonomi dalam Islam, termasuk sektor perbankan, harus berorientasi pada tercapainya kemaslahatan umum serta keadilan sosial bagi masyarakat (Lifia, 2023). Nilai-nilai ini menjadi landasan filosofis yang mengarahkan bank syariah untuk tidak semata-mata mengejar keuntungan finansial, melainkan juga menegakkan tanggung jawab moral dan sosial guna memastikan keberlanjutan yang sesuai dengan tujuan syariah.

Lebih lanjut, (Wafi et al., 2024) menegaskan bahwa institusi yang berbasis syariah menciptakan mekanisme tata kelola (*governance mechanism*) yang lebih etis dan efektif

dibandingkan dengan sistem konvensional. Pendekatan ini menghasilkan efisiensi finansial, memperkuat struktur pengelolaan, serta meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Secara keseluruhan, penerapan strategi ekonomi Islam menyediakan kerangka nilai yang strategis, tidak hanya untuk meningkatkan daya saing finansial, tetapi juga membangun reputasi moral yang menjadi aset tak berwujud (intangible asset) bagi bank syariah.

Analisis Strategi Pemasaran dan Diferensi Produk

Salah satu aspek penting dalam membangun keunggulan kompetitif bank syariah adalah implementasi strategi pemasaran yang kreatif dan berlandaskan nilai-nilai. Menurut penelitian (Putri et al., 2024), pendekatan pemasaran yang inovatif, transparan, dan memanfaatkan digitalisasi terbukti menjadi faktor krusial dalam memperluas pangsa pasar serta meningkatkan loyalitas nasabah.

Sedangkan menurut (Khairul Anwar pulungan, 2023) menemukan bahwa perpaduan antara pemasaran berbasis nilai (value-based marketing) dengan pendekatan personal yang mempertimbangkan nilai-nilai religius mampu memperkuat kepercayaan nasabah sekaligus meningkatkan kesetiaan mereka terhadap layanan bank syariah dan produknya

Pendekatan yang dimaksud ini menitikberatkan pada empat aspek utama yaitu: *Satu*, integrasi digital marketing yang dilakukan melalui pemanfaatan media sosial, aplikasi seluler, dan berbagai platform daring guna menjangkau segmen generasi muda Muslim secara lebih efektif. *Dua*, pendekatan personal religius yang berfokus pada pembangunan hubungan emosional antara bank dan nasabah melalui penerapan nilai kejujuran, pelayanan yang berlandaskan prinsip Islami, serta sikap empatik dalam interaksi layanan. *Tiga*, keterlibatan komunitas (community engagement) yang diwujudkan melalui partisipasi aktif bank dalam kegiatan sosial maupun keagamaan sebagai upaya memperkuat citra keislaman dan kedekatan dengan masyarakat. *Empat*, inovasi produk halal dan transparan, seperti pengembangan produk pembiayaan mikro berbasis akad mudharabah atau musyarakah serta layanan tabungan haji digital yang ramah pengguna.

Dalam penerapan produk pembiayaan, penelitian yang dilakukan oleh (Rafika Aulia Fauzi & Guntur Kusuma Wardana, 2023) mengungkapkan bahwa penggunaan berbagai jenis akad, seperti *murabahah* dan *ijarah*, berperan penting dalam meningkatkan tingkat profitabilitas bank syariah di Indonesia. Hasil tersebut menegaskan bahwa optimalisasi efisiensi produk serta konsistensi dalam penerapan akad yang sesuai dengan ketentuan syariah dapat menjadi faktor utama yang membentuk dan memperkuat keunggulan kompetitif lembaga keuangan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Anggaraini et al., 2021) menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan yang diterapkan oleh PT BPRS Madinah Lamongan berlandaskan pada konsep marketing mix (4P) yang mencakup (product, price, promotion, and place) yang diadaptasikan dengan nilai-nilai ekonomi Islam. Pendekatan tersebut terbukti efektif dalam memperkuat daya saing karena mampu

menggabungkan efisiensi operasional dengan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Selanjutnya, (Khotijah, 2025) menegaskan pentingnya penerapan analisis SWOT dalam perspektif Islam sebagai alat untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi bank syariah. Analisis ini berperan membantu bank dalam merumuskan strategi diferensiasi produk yang selaras dengan tujuan maqasid syariah, khususnya melalui pengembangan layanan yang mendukung kemaslahatan sosial dan ekonomi umat.

Inovasi Digital dan Transformasi Teknologi

Dalam konteks perkembangan ekonomi digital, kemampuan bank syariah untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi menjadi faktor penentu utama dalam mempertahankan daya saingnya. (Fathonah et al., 2025) menyoroti bahwa proses transformasi digital melalui platform Byond BSI merupakan langkah strategis yang krusial, karena tidak hanya menjadi sarana meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga bagian dari strategi menghadapi potensi ancaman dari produk-produk keuangan substitusi yang semakin kompetitif di pasar modern.

Penerapan teknologi digital memberikan peluang bagi bank syariah untuk memperluas jangkauan pasar hingga ke segmen masyarakat yang sebelumnya sulit dijangkau, mempercepat proses transaksi, serta menghadirkan pengalaman layanan yang lebih personal dan efisien bagi nasabah. Meskipun demikian, inovasi teknologi tersebut tetap harus dijalankan dengan menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, agar tidak menimbulkan unsur gharar (ketidakpastian) maupun praktik yang menyimpang dari akad yang sah menurut hukum Islam.

Dalam penelitian (Putri et al., 2024), menegaskan bahwa keberhasilan bank syariah dalam era digital tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi semata, tetapi juga pada kemampuan untuk menyesuaikan strategi pemasaran dengan dinamika pasar melalui pemanfaatan teknologi digital. Penggunaan teknologi digital mendorong peningkatan transparansi informasi, mempererat komunikasi antara bank dan nasabah, serta menciptakan efisiensi biaya operasional yang signifikan. Dengan strategi digital yang tepat, bank syariah tidak hanya mampu memperkuat posisi kompetitifnya, tetapi juga berkontribusi terhadap perluasan literasi dan edukasi keuangan syariah di kalangan masyarakat luas.

Dengan demikian, keunggulan kompetitif bank syariah modern tidak lagi hanya bersumber dari produk dan layanan yang berbasis nilai-nilai Islam, melainkan juga dari kemampuan lembaga tersebut dalam mengintegrasikan inovasi teknologi dengan prinsip etika syariah. Sinergi antara dimensi moral dan kecanggihan teknologi inilah yang menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan sistem keuangan Islam di masa depan, menjadikannya relevan, adaptif, dan berdaya saing tinggi di tengah arus disrupsi digital global.

Integrasi Maqasid Syariah dan Sustainability

Prinsip Maqasid al-Syariah memberikan fondasi konseptual dan filosofis yang kokoh bagi bank syariah dalam mewujudkan keunggulan kompetitif yang berorientasi

jangka panjang. Kerangka ini menuntun lembaga keuangan Islam untuk menempatkan kesejahteraan masyarakat (masalah), keadilan sosial, serta perlindungan terhadap lima tujuan pokok syariah (maqasid al-khamsah) yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, sebagai orientasi utama dalam setiap aktivitas ekonomi dan kebijakan operasionalnya.

Sebagaimana dijelaskan oleh (Algifari & Andrini, 2024), penerapan Maqasid Syariah dalam praktik keuangan Islam tidak hanya berfungsi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai mekanisme yang memperkuat pembangunan ekonomi Islam yang berkelanjutan (sustainable Islamic economy). Dengan demikian, bank syariah berperan bukan sekadar sebagai lembaga intermediasi keuangan, melainkan juga sebagai agent of welfare yang memastikan bahwa seluruh aktivitas ekonominya memberikan nilai manfaat dan dampak sosial yang konstruktif bagi masyarakat luas.

Pendekatan strategis yang berlandaskan Maqasid Syariah membentuk karakter keunggulan kompetitif yang inheren dan berkesinambungan (inbuilt and sustainable). Dalam konteks ini, daya saing bank syariah tidak semata-mata diukur dari aspek harga atau variasi produk, tetapi dari seberapa besar kontribusinya terhadap kemaslahatan sosial dan keberlanjutan ekonomi umat. Dimensi nilai dan kebermanfaatan inilah yang menjadikan keunggulan kompetitif bank syariah memiliki identitas moral dan filosofis yang membedakannya secara mendasar dari sistem perbankan konvensional.

Sinergi Nilai Sosial-Ekonomi dalam Model Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan hasil sintesis dari berbagai kajian, dapat disimpulkan bahwa model keunggulan kompetitif bank syariah terbentuk melalui perpaduan harmonis antara nilai sosial dan nilai ekonomi Islam. Nilai sosial seperti keadilan, kemaslahatan, serta solidaritas antaranggota masyarakat menjadi landasan moral yang menuntun arah kebijakan dan perilaku lembaga. Sementara itu, nilai-nilai ekonomi Islam yang menekankan efisiensi, transparansi, serta penerapan manajemen risiko yang sesuai prinsip syariah menjadi fondasi fungsional bagi terciptanya stabilitas dan keberlanjutan operasional bank.

Kombinasi kedua dimensi tersebut melahirkan beberapa bentuk diantaranya: *Satu*, **keunggulan etis**, yang bersumber dari komitmen terhadap kejujuran, keadilan, dan ketaatan terhadap ketentuan hukum syariah. *Dua*, muncul pula **keunggulan sosial**, yang tercermin dalam kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui mekanisme zakat, pembiayaan mikro, dan program literasi keuangan syariah. *Tiga*, di sisi lain, **keunggulan ekonomi** terwujud melalui peningkatan efisiensi, inovasi produk, serta penerapan tata kelola kelembagaan yang baik dan berintegritas.

Sejalan dengan hal tersebut, (Fathonah et al., 2025) dan (Hartono & Sarji, 2016) menegaskan bahwa penerapan strategi yang berpijak pada nilai sosial dan etika bisnis Islam memiliki peran vital dalam membangun loyalitas nasabah serta memperkuat daya saing berkelanjutan di tengah kompetisi industri perbankan yang semakin dinamis. Dengan demikian, model strategis bank syariah yang ideal tidak semata-mata berorientasi pada efisiensi ekonomi, melainkan juga pada pembangunan nilai sosial yang berkesinambungan. Sinergi antara keduanya menghasilkan bentuk keunggulan

kompetitif yang seimbang, tidak hanya memberikan manfaat duniawi, tetapi juga bernilai ukhrawi.

Tantangan dan Arah Strategi Pada Masa Depan

Meskipun strategi keunggulan kompetitif yang berlandaskan nilai-nilai Islam memiliki potensi yang signifikan, penerapannya tidak lepas dari berbagai hambatan struktural dan kontekstual. **Pertama**, tingkat literasi keuangan syariah di masyarakat masih tergolong rendah, sehingga pemahaman dan kepercayaan terhadap produk perbankan syariah belum tersebar secara merata di seluruh lapisan (Prabowo & Fitri, 2025). Kondisi ini berdampak pada lambatnya penetrasi pasar dan kurang optimalnya partisipasi masyarakat dalam sistem keuangan Islam. **Kedua**, kompetisi yang semakin ketat dengan bank konvensional serta munculnya berbagai platform *financial technology* menuntut bank syariah untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri terhadap perubahan teknologi yang pesat (Putri et al., 2024). Inovasi bukan hanya dalam hal produk, tetapi juga dalam layanan digital, model bisnis, dan pengalaman nasabah yang sesuai dengan prinsip syariah. **Ketiga**, skala ekonomi yang relatif terbatas dan ketersediaan sumber daya manusia yang benar-benar memahami prinsip ekonomi Islam masih menjadi kendala yang cukup mendasar (Fathonah et al., 2025). Kesenjangan kapasitas ini berpotensi menurunkan efektivitas operasional serta memperlambat proses pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan bisnis syariah.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, arah strategi penguatan daya saing bank syariah di masa mendatang perlu diarahkan pada tiga pilar utama. **Pertama**, inovasi produk yang berlandaskan *maqasid syariah*, misalnya pengembangan produk pembiayaan berorientasi keberlanjutan seperti *green financing* dan penerapan konsep *wakaf produktif digital* yang mendukung pemerataan kesejahteraan. **Kedua**, penguatan kolaborasi lintas sektor antara lembaga keuangan syariah, institusi pendidikan, serta otoritas regulator guna membangun ekosistem ekonomi Islam yang lebih sinergis dan berkelanjutan. **Ketiga**, implementasi transformasi digital yang beretika, yaitu pemanfaatan teknologi secara efisien namun tetap berpijak pada nilai-nilai keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial sesuai prinsip syariah.

Pendekatan komprehensif ini diharapkan dapat memperkuat posisi bank syariah tidak hanya sebagai lembaga keuangan yang kompetitif secara global, tetapi juga sebagai agen moral dan sosial yang berperan dalam mewujudkan sistem ekonomi Islam yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif bank syariah terbentuk melalui perpaduan harmonis antara nilai-nilai sosial dan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam setiap aspek strategi bisnisnya. Keunggulan ini tidak semata ditentukan oleh faktor efisiensi operasional maupun tingkat profitabilitas, tetapi juga oleh orientasi terhadap kemaslahatan sosial, keadilan ekonomi, serta keberlanjutan moral yang berpijak pada tujuan *maqasid syariah*.

Nilai sosial berperan memberikan legitimasi etis dan memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga keuangan syariah, sementara nilai ekonomi Islam menjamin

keberlangsungan usaha melalui prinsip efisiensi, stabilitas, dan pengelolaan risiko yang berkeadilan. Kombinasi kedua dimensi tersebut melahirkan strategi bersaing yang unik dan berkelanjutan, yang tercermin dalam penerapan etika bisnis Islami, tata kelola yang transparan, inovasi digital berbasis syariah, serta sistem manajemen risiko yang berorientasi pada keseimbangan moral dan ekonomi.

Hasil artikel ini menegaskan bahwa penerapan nilai-nilai Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moralitas organisasi, melainkan juga sebagai fondasi strategis dalam membangun loyalitas nasabah, memperluas akses inklusi keuangan, serta memperkuat reputasi bank syariah di tengah dinamika industri keuangan global. Dengan demikian, keunggulan kompetitif yang dihasilkan bersifat multidimensi yang menjadikan bank syariah tidak hanya sebagai institusi ekonomi, tetapi juga sebagai agen transformasi sosial dan moral yang berperan aktif dalam mewujudkan kesejahteraan umat.

Saran

Bagi praktisi perbankan syariah, penguatan strategi digital yang berlandaskan etika Islam menjadi prioritas utama agar jangkauan layanan semakin luas tanpa mengesampingkan prinsip-prinsip syariah. Inovasi berbasis teknologi perlu diimbangi dengan peningkatan literasi keuangan syariah agar masyarakat memahami sekaligus percaya pada keunggulan sistem keuangan Islam.

Bagi regulator dan kalangan akademisi, diperlukan upaya kolaboratif untuk memperkuat penelitian dan kebijakan yang berorientasi pada penerapan *maqasid syariah* dalam setiap instrumen dan kebijakan keuangan. Dukungan kebijakan yang selaras dengan prinsip Islam akan memperkuat daya saing industri perbankan syariah secara sistematis dan berkelanjutan.

Bagi masyarakat, peningkatan pemahaman terhadap konsep dan praktik keuangan syariah menjadi fondasi penting dalam memperluas partisipasi dan inklusi keuangan. Keterlibatan aktif masyarakat dalam memilih dan mendukung lembaga keuangan syariah akan mempercepat terbentuknya ekosistem ekonomi yang adil, transparan, dan beretika.

Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan agar kajian diarahkan pada pengujian empiris mengenai hubungan antara nilai sosial dan *maqasid syariah* dengan kinerja keuangan bank syariah. Pendekatan kuantitatif semacam ini dapat memperkuat landasan teoritis serta memberikan bukti praktis yang relevan bagi pengembangan strategi daya saing bank syariah di masa mendatang.

Dengan menjaga keseimbangan antara efisiensi ekonomi, inovasi teknologi, dan tanggung jawab sosial yang berpijak pada prinsip-prinsip Islam, bank syariah berpotensi mempertahankan dan memperluas keunggulan kompetitifnya dalam menghadapi tantangan global yang semakin kompleks.

Daftar Pustaka

Algifari, M. A., & Andrini, R. (2024). Maqasid Syariah dalam Pengembangan Ekonomi Islam (Analisis Komprehensif dan Implementasi). *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, 2(3), 95–100.

- Anggaraini, N. V., Arifin, M., Farida, N., Subas, Sholihah, M., & Oktavia, R. (2021). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iqtisadie: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 1(1), 25–44.
- Fathonah, A. L., Pratami, L. R., Depisari, U., Shofwa, Y., Jl, A., Yani, A., Utara, K. P., & Tengah, J. (2025). Analisis Kompetitif Bank Syariah Karang Kobar Melalui Pendekatan Porter ' s Five Forces persaingan dalam sebuah industri. Metode ini mengidentifikasi lima faktor utama yang. 4(1).
- Hartono, B. D., & Sarji. (2016). Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Manajemen Risiko Berbasis Syariah. *Journal of Islamic Studies*, 2(2), 61–74.
- Ihwanudin, N., Alfinuri, N., Vientiany, D., Utomo, Y. T., Fauzi, U., Wicaksono, A. T. S., Muyassarah, M., Pambekti, G. T., Syakur, R. R. F., & Herviani, S. (2024). Sistem Ekonomi Islam. *Sistem Ekonomi Islam. Az-Zahra Media Society, Deli Serdang*. <https://repository.uin-malang.ac.id/20338/>
- Khairul Anwar pulungan, E. P. N. (2023). Al-Ihsan: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Syariah. *Al-Ihsan: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 01(01), 01–05.
- Khotijah, D. (2025). Mekanisme Strategi Bersaing Produk Bank Syariah Ditinjau Melalui Analisis SWOT dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Bank Syariah*, 11(1), 1–63.
- Lifia, R. A. (2023). *Maqasid Sharia Thinking Perspective Of Ibnu Assyur In The Development Of Sharia Banking*. 2(1). <https://repository.uin-malang.ac.id/18329/>
- Prabowo, R. D., & Fitri, A. O. (2025). Keuangan Syariah Di Masyarakat Strategy of Syariah Bank in Improving Syariah Financial. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 8673–8682.
- Putri, N. F., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Membangun Keunggulan Kompetitif Strategi Pemasaran untuk Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 527–537.
- Rafika Aulia Fauzi, & Guntur Kusuma Wardana. (2023). Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia: Pembiayaan Murabahah Dan Ijarah. *I'THISOM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 55–64. <https://repository.uin-malang.ac.id/15641/>
- Rakhima Salsabila, N., Hidayatullah, A. D., & Hussin, N. S. (2023). Bank Syariah Sebagai Alternatif Pembiayaan Untuk Meningkatkan Ekonomi Umat. *Ekonomi Islam*, 14(1), 96–114. <https://doi.org/10.22236/jei.v14i1.9144>
- Wafi, I., Akhmadi, F., Ngasifudin, M., & Nurfauzi, Y. (2024). Dampak Penerapan Ekonomi Syariah terhadap Kinerja Keuangan Bank Syariah di Indonesia. *Lab*, 8(02), 143–159. <https://doi.org/10.33507/lab.v8i02.2572>