

Integrasi strategi digitalisasi, manajemen risiko, dan inovasi produk dalam meningkatkan daya saing perbankan syariah di Indonesia

Adzkiya Nayla Fadhila

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
adzkiyanaylafadhila@gmail.com

Kata Kunci:

Digitalisasi, manajemen risiko, inovasi produk, daya saing, perbankan syariah

Keywords:

Digitalization, risk management, product innovation, competitiveness, islamic banking

ABSTRAK

Transformasi digital menjadi strategi penting bagi bank syariah untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah berbagai gangguan dari sektor keuangan teknologi. Digitalisasi, pengelolaan risiko, dan pengembangan produk menjadi tiga fondasi utama yang saling mendukung dalam meningkatkan daya saing bank syariah di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk membangun sistem perbankan syariah yang efisien, aman, dan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan, manajemen risiko memperkuat kestabilan dan kepercayaan masyarakat, sedangkan inovasi produk membantu memperluas

pasar dan meningkatkan relevansi layanan syariah. Dengan menggabungkan tiga strategi tersebut, bank syariah dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai maqāṣid al-sharī'ah, terutama dalam mencapai kemaslahatan dan menjaga kepercayaan dalam pengelolaan keuangan. Penelitian ini juga menekankan pentingnya perencanaan strategi digital yang bernuansa syariah, pengembangan kemampuan sumber daya manusia dalam menghadapi risiko digital, serta kolaborasi dengan fintech untuk mendorong inovasi produk syariah yang lebih inklusif.

ABSTRACT

Digital transformation is a crucial strategy for Islamic banks to survive and thrive amidst various disruptions from the financial technology sector. Digitalization, risk management, and product development are three key foundations that mutually support the competitiveness of Islamic banks in Indonesia. This study aims to build an efficient, secure, and sustainable Islamic banking system. The results show that digitalization can improve efficiency and customer satisfaction, risk management strengthens stability and public trust, while product innovation helps expand the market and increase the relevance of Islamic services. By combining these three strategies, Islamic banks can generate sustainable competitive advantages in accordance with the values of maqāṣid al-sharī'ah, particularly in achieving the welfare of the community and maintaining trust in financial management. This study also emphasizes the importance of Sharia-compliant digital strategy planning, developing human resource capabilities to address digital risks, and collaborating with fintech companies to encourage more inclusive Islamic product innovation.



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

Industri perbankan syariah di Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir berkembang pesat, baik dalam hal kekayaan bank, jumlah kantor cabang, maupun jumlah nasabahnya. Namun, di tengah persaingan global dan perubahan digital yang cepat, perbankan syariah menghadapi tantangan yang semakin rumit. Perubahan era industri 4.0 telah memengaruhi cara masyarakat bertransaksi dan mendorong bank untuk lebih cepat merespons perubahan teknologi serta kebutuhan pasar yang terus berubah. Dalam kondisi ini, tiga hal utama yang perlu dikerjakan bersamaan dalam pengelolaan strategi bank syariah adalah digitalisasi, pengelolaan risiko, dan inovasi produk. Ketiga hal ini penting agar bank syariah dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya.

Digitalisasi bukan hanya sebagai alat modernisasi, tetapi juga sebagai strategi utama untuk meningkatkan efisiensi, kualitas pelayanan, serta kesesuaian dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Menurut (Anggrainie, 2024) dalam artikelnya berjudul **Digitalisasi sebagai Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI)**, penerapan sistem digital seperti mobile banking, internet banking, dan digital onboarding berhasil mempercepat proses layanan serta meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan prinsip itqan dalam Islam, yang menekankan pentingnya konsistensi dan ketepatan dalam menjalankan tugas.

Namun, digitalisasi juga munculkan risiko yang perlu diperhatikan. Dalam tulisannya berjudul *Strategi Manajemen Risiko Bank Syariah Menghadapi Transformasi Digital*, (Fachruddin, 2025) menunjukkan bahwa perkembangan teknologi membawa ancaman seperti serangan siber, kegagalan sistem, serta risiko yang berkaitan dengan prinsip syariah. Sebagaimana ditegaskan oleh (Mardiana & Purnamasari, n.d.) penerapan manajemen risiko secara efektif terbukti berdampak signifikan terhadap kinerja keuangan, khususnya dalam konteks perbankan syariah. Oleh karena itu, diperlukan penerapan Manajemen Risiko Perusahaan (MRP) yang menggunakan teknologi agar bank syariah bisa mengenali, mengukur, dan mengendalikan risiko secara menyeluruh.

Digitalisasi dan pengelolaan risiko, serta inovasi produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing bank syariah. Dalam penelitiannya, (Agusty, 2023) menjelaskan bahwa kerja sama antara bank syariah dan perusahaan teknologi keuangan (fintech) bisa menghasilkan produk keuangan digital yang inovatif, seperti e-mudharabah, peer-to-peer financing, dan QRIS syariah. Inovasi ini bukan hanya memperluas pasar, tetapi juga mendukung tujuan dari prinsip syariah, seperti perlindungan harta dan kemaslahatan bagi masyarakat.

Oleh karena itu, penggabungan strategi digitalisasi, manajemen risiko, dan inovasi produk adalah kebutuhan penting bagi bank syariah dalam menciptakan sistem keuangan yang efisien, aman, dan berkelanjutan. Jika ketiga strategi tersebut diterapkan secara bersamaan dengan dasar nilai-nilai Islam, maka selain meningkatkan daya saing bisnis, juga akan memperkuat peran sosial bank syariah sebagai lembaga yang mendorong keadilan ekonomi dan kemaslahatan umat.

Pembahasan

Transformasi digital dalam perbankan syariah telah menjadi faktor strategis yang menentukan keberlanjutan dan daya saing industri keuangan Islam di Indonesia. Di tengah perubahan teknologi yang masif dan meningkatnya ekspektasi nasabah terhadap layanan cepat dan mudah, bank syariah dituntut untuk beradaptasi secara inovatif tanpa meninggalkan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks yang lebih luas, (Setiani & Zainuddin, 2023) menegaskan bahwa model bisnis digital pada hakikatnya dirancang untuk mendorong transformasi dan inovasi dalam berbagai sektor industri. Menurut (Anggrainie, 2024), penerapan digitalisasi di Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi bukti nyata bahwa teknologi dapat menjadi sarana peningkatan efisiensi, transparansi, dan kepuasan nasabah. Layanan digital seperti BSI Mobile, internet banking, dan digital onboarding system telah memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi sekaligus meningkatkan kepercayaan terhadap layanan perbankan syariah.

Namun, proses digitalisasi juga membawa tantangan baru berupa meningkatnya risiko operasional dan keamanan data. (Fachruddin, 2025) menegaskan bahwa risiko digital, seperti cyber attack, penyalahgunaan data pribadi, dan kegagalan sistem, menjadi ancaman nyata bagi stabilitas lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, bank syariah harus memperkuat sistem Enterprise Risk Management (ERM) berbasis teknologi, yang tidak hanya mendeteksi dan mengelola risiko, tetapi juga memastikan seluruh aktivitas operasional tetap sesuai dengan prinsip syariah.

Manajemen risiko dalam konteks Islam mencerminkan keseimbangan antara ikhtiar dan tawakkal, di mana setiap perencanaan harus diikuti dengan pengawasan dan evaluasi yang ketat. Implementasi Shariah Compliance Audit juga menjadi bagian penting dari mitigasi risiko digital, agar inovasi dan teknologi yang diterapkan tidak bertentangan dengan fatwa maupun kaidah fikih muamalah. Dengan demikian, manajemen risiko berfungsi ganda, yakni menjaga keberlanjutan bisnis sekaligus mempertahankan integritas moral lembaga keuangan syariah.

Selain digitalisasi dan manajemen risiko, inovasi produk menjadi elemen krusial dalam memperkuat daya saing bank syariah. Menurut (Agusty, 2023) kolaborasi antara bank syariah dan perusahaan financial technology (fintech) menciptakan peluang baru untuk menghadirkan produk dan layanan yang lebih dinamis serta sesuai dengan kebutuhan generasi milenial. Contohnya adalah pengembangan peer-to-peer financing, QRIS syariah, dan e-zakat platform yang memudahkan masyarakat bertransaksi sesuai prinsip syariah dengan dukungan teknologi.

Inovasi dalam perbankan syariah bukan sekadar penciptaan produk baru, tetapi juga bentuk ijtihad modern dalam merespons perubahan zaman. Prinsip ijtihad memungkinkan bank syariah berinovasi dalam batasan hukum Islam, dengan tetap memperhatikan aspek keadilan dan kebermanfaatan. Inovasi yang berlandaskan maqāṣid al-sharī'ah dapat meningkatkan financial inclusion dan memperkuat posisi perbankan syariah sebagai lembaga keuangan yang etis dan berkelanjutan.

Sejalan dengan temuan tersebut, Rahman (2021) menekankan bahwa transformasi digital di perbankan Islam global tidak hanya soal adaptasi teknologi, tetapi juga tentang

restrukturisasi budaya organisasi dan strategi bisnis. Ia menambahkan bahwa keberhasilan digitalisasi di bank syariah sangat bergantung pada kemampuan manajemen dalam membangun ekosistem digital yang sesuai nilai syariah, melibatkan digital ethics, dan memperkuat literasi keuangan syariah di masyarakat. Tanpa landasan moral yang kuat, digitalisasi hanya akan menghasilkan efisiensi teknis tanpa keberlanjutan spiritual dan sosial.

Sementara itu, menurut Hidayat dan Nizar (2020), inovasi produk dalam lembaga keuangan Islam perlu diarahkan pada dua dimensi utama: inovasi teknologi dan inovasi nilai. Inovasi teknologi berfokus pada pengembangan sistem dan layanan digital, sedangkan inovasi nilai menekankan pada penciptaan produk yang memenuhi kebutuhan spiritual dan sosial nasabah. Kedua dimensi ini jika dikombinasikan akan menghasilkan strategi inovasi yang tidak hanya kompetitif secara bisnis, tetapi juga selaras dengan maqāṣid al-sharī'ah.

Integrasi antara digitalisasi, manajemen risiko, dan inovasi produk menghasilkan sinergi yang mampu membentuk keunggulan kompetitif berkelanjutan (sustainable competitive advantage). Digitalisasi meningkatkan efisiensi dan kepuasan nasabah, manajemen risiko menjaga stabilitas dan kepercayaan publik, sedangkan inovasi produk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan nilai tambah. Ketika ketiga strategi ini dijalankan secara sinergis, perbankan syariah mampu menjadi lembaga keuangan yang tangguh, adaptif, dan relevan terhadap perkembangan ekonomi digital global.

Digitalisasi juga menunjukkan penerapan nilai-nilai Islam, seperti itqan (profesionalisme) dan amanah (kejujuran), di mana teknologi digunakan untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan tujuan dari syariah, yaitu menekankan pentingnya kemaslahatan dan keadilan dalam setiap kegiatan ekonomi. Dengan digitalisasi, bank syariah tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga memperluas akses layanan kepada masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki akses ke layanan perbankan (populasi unbanked). Namun, proses digitalisasi juga membawa tantangan baru, yaitu meningkatnya risiko operasional dan kerahasiaan data.

Menurut (Fachruddin, 2025), risiko digital seperti serangan siber, penggunaan data pribadi secara tidak sah, serta kegagalan sistem merupakan ancaman serius bagi kenyamanan dan kestabilan lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu memperkuat sistem Manajemen Risiko Perusahaan (ERM) yang menggunakan teknologi, sehingga tidak hanya mampu mendeteksi dan mengelola risiko, tetapi juga memastikan setiap aktivitas yang dilakukan tetap sesuai dengan prinsip syariah. Penggabungan strategi digitalisasi, manajemen risiko, dan inovasi produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing perbankan syariah di Indonesia.

Ketiga aspek tersebut tidak bisa dipisahkan karena saling mendukung dalam hal efisiensi teknologi, stabilitas operasional, dan kreativitas produk yang sesuai dengan syariah. Dari hasil analisis strategi digitalisasi, terlihat bahwa digitalisasi menjadi dasar utama, manajemen risiko berperan sebagai pengendali, sedangkan inovasi produk menjadi penggerak dalam pertumbuhan dan ekspansi layanan bank syariah.

Strategi Digitalisasi dalam Peningkatan Pelayanan dan Efisiensi Oprasional

Transformasi digital adalah langkah penting bagi bank syariah untuk meningkatkan efisiensi, ketepatan, dan kecepatan pelayanan. Menurut (Anggrainie, 2024), Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah menerapkan digitalisasi melalui pengembangan BSI Mobile, layanan internet banking, serta sistem digital onboarding. Dengan sistem ini, nasabah bisa membuka rekening secara online tanpa perlu datang ke kantor cabang. Inovasi ini mempercepat proses transaksi, mengurangi biaya operasional, serta memperluas akses layanan ke daerah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh perbankan tradisional. Dari sudut pandang teori manajemen informasi (Laudon & Laudon, 2018), digitalisasi adalah cara penggunaan teknologi untuk meningkatkan efektivitas organisasi. Bagi bank syariah, implementasi sistem digital tidak hanya bermanfaat untuk efisiensi, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap nilai itqan, yaitu bekerja dengan profesional, teliti, dan bertanggung jawab.

Selain itu, digitalisasi juga mendorong inklusi keuangan, yang menjadi fokus dalam pengembangan ekonomi Islam. Teknologi digital memungkinkan komunitas di daerah terpencil mendapatkan layanan keuangan syariah seperti tabungan, pinjaman mikro, dan zakat dalam bentuk digital. Hal ini sesuai dengan prinsip maqāṣid al-sharī'ah, khususnya masalahah 'ammah, karena dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberi akses yang lebih mudah terhadap pembiayaan yang halal. Namun, transformasi digital juga menghadirkan tantangan, seperti kesenjangan akses teknologi dan kebutuhan keterampilan bagi nasabah serta pegawai. Oleh karena itu, keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada infrastruktur teknologi, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia (SDM) dalam memahami dan mematuhi prinsip syariah.

Manajemen Resiko sebagai Fondasi Keamanan dan Keberlangsungan Oprasional

Transformasi digital menjadi langkah penting bagi bank syariah agar bisa meningkatkan efisiensi, ketepatan, dan kecepatan dalam melayani nasabah. Menurut (Anggrainie, 2024), Bank Syariah Indonesia (BSI) telah menerapkan digitalisasi dengan mengembangkan aplikasi BSI Mobile, layanan internet banking, serta sistem onboarding digital yang memungkinkan nasabah membuat rekening secara online tanpa harus datang ke kantor cabang. Inovasi ini membantu mempercepat proses transaksi, mengurangi biaya operasional, dan memperluas akses layanan ke wilayah yang belum terjangkau oleh perbankan tradisional.

Dari sudut pandang teori manajemen informasi (Laudon & Laudon, 2018), digitalisasi adalah cara menggunakan teknologi untuk meningkatkan efektivitas organisasi. Bagi bank syariah, penerapan sistem digital tidak hanya untuk efisiensi, tetapi juga merupakan wujud komitmen terhadap nilai itqan—yaitu bekerja secara profesional, teliti, dan bertanggung jawab. Selain itu, digitalisasi membantu mendorong inklusi keuangan yang merupakan prioritas dalam pengembangan ekonomi Islam. Dengan teknologi digital, masyarakat di daerah terpencil bisa mendapatkan layanan keuangan syariah seperti tabungan, pinjaman mikro, dan zakat secara digital. Ini sesuai dengan prinsip maqāṣid al-sharī'ah, khususnya masalahah 'ammah (kebijakan umum),

karena dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui akses yang lebih mudah terhadap pembiayaan yang halal.

Digitalisasi tanpa tata kelola risiko yang kuat dapat menimbulkan kerentanan operasional, terutama dalam konteks kepatuhan syariah dan keamanan data. Menurut (Fakhrezy, 2024), isu utama dalam digital banking adalah perlindungan data pribadi nasabah dan pengawasan terhadap aktivitas transaksi agar tetap sesuai prinsip syariah. Manajemen risiko dalam bank syariah mencakup risiko pembiayaan, pasar, likuiditas, operasional, serta risiko kepatuhan syariah (sharia compliance risk). Pada konteks digital, risiko baru seperti cyber risk, model risk, dan third-party risk juga harus dikelola. Penelitian (Faizi, 2024) di Taylor & Francis menunjukkan bahwa pengembangan produk syariah berbasis teknologi harus melewati proses validasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk menghindari unsur gharar dan riba.

Namun, transformasi digital juga memberikan tantangan, seperti kesenjangan akses teknologi dan kebutuhan keterampilan teknologi bagi nasabah serta pegawai. Oleh karena itu, keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada infrastruktur teknologi, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia dalam memahami sistem dan memastikan bahwa semua proses tetap sesuai dengan prinsip syariah.

Inovasi Produk sebagai Penggerak Keunggulan Kompetitif

Inovasi produk merupakan strategi penting bagi bank syariah untuk bertahan di tengah persaingan pasar keuangan yang sangat dinamis. (Agusty, 2023) menjelaskan bahwa kolaborasi antara bank syariah dan perusahaan financial technology (fintech) telah menghasilkan berbagai produk baru yang berlandaskan syariah, seperti peer-to-peer financing, digital microfinance, QRIS Syariah, serta e-zakat dan e-waqf platform.

Inovasi tersebut tidak hanya memperluas segmen pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kemudahan bagi nasabah. Dari perspektif teori manajemen strategi (Wheelen & Hunger, 2018), inovasi merupakan elemen penting dalam mempertahankan sustainable competitive advantage. Dalam konteks perbankan syariah, keunggulan ini tidak hanya terletak pada teknologi yang digunakan, tetapi juga pada nilai-nilai syariah yang menjadi diferensiasi utama dibandingkan perbankan konvensional.

Lebih jauh, inovasi produk digital yang sesuai dengan prinsip Islam mencerminkan penerapan nilai ijtihad—yakni upaya kreatif dan adaptif dalam menemukan solusi baru yang bermanfaat bagi umat. Dengan terus melakukan inovasi, bank syariah mampu menjawab kebutuhan generasi milenial dan digital native yang menginginkan kemudahan, kecepatan, serta layanan yang transparan.

Inovasi produk syariah juga memiliki dimensi maqāṣid al-sharī'ah, terutama dalam aspek hifz al-mal (perlindungan harta) dan hifz al-'aql (pengembangan intelektual). Melalui produk yang aman, edukatif, dan sesuai syariah, bank berkontribusi dalam membangun masyarakat yang cerdas finansial dan beretika. Dengan demikian, inovasi bukan sekadar kegiatan bisnis, melainkan bentuk ibadah muamalah yang memiliki nilai sosial dan spiritual.

Ke depan, bank syariah perlu mengembangkan open banking system berbasis syariah untuk memperluas kolaborasi dengan sektor fintech, serta memperkuat riset

dan pengembangan produk (research & development) agar inovasi yang dihasilkan lebih berkelanjutan dan adaptif terhadap kebutuhan masyarakat global. Kolaborasi strategis antara perbankan syariah dan fintech syariah memegang peran krusial dalam mendorong pertumbuhan dan inklusi keuangan yang lebih luas (Rozi et al., 2024)

Integrasi Strategi: Membangun Daya Saing Berkelanjutan Berbasis Nilai Islam

Digitalisasi, manajemen risiko, dan inovasi produk harus diintegrasikan secara seimbang untuk menciptakan strategi yang komprehensif dalam perbankan syariah. Digitalisasi menjadi fondasi teknologi yang meningkatkan efisiensi dan kemudahan akses. Manajemen risiko berperan penting dalam menjaga stabilitas dan membangun kepercayaan masyarakat. Sementara itu, inovasi produk menjadi penggerak utama pertumbuhan dan kemampuan bersaing di pasar. Dengan menggabungkan ketiga elemen ini, perbankan syariah dapat membentuk ekosistem yang responsif dan kuat terhadap perubahan di lingkungan bisnis global. Digitalisasi yang baik, manajemen risiko yang matang, serta inovasi yang terus berkelanjutan, akan memperkuat daya saing perbankan syariah secara berkelanjutan yang tetap berlandaskan prinsip syariah.

Dalam perspektif Islam, integrasi ini mencerminkan keseimbangan antara dunia dan akhirat. Digitalisasi mencerminkan semangat *itqan*, yaitu kualitas kerja yang tekun dan profesional. Manajemen risiko menunjukkan *tawakkal* (mengandalkan Allah) dan *ikhtiar* (usaha yang maksimal). Sementara inovasi produk mencerminkan *ijtihad* dalam menciptakan solusi baru yang memberi manfaat bagi masyarakat. Ketiga hal ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif tidak hanya dilihat dari hasil keuangan, tetapi juga dari kemampuan institusi untuk menghasilkan nilai-nilai etika dan spiritual dalam setiap kegiatan bisnis. Oleh karena itu, integrasi strategi ini tidak hanya meningkatkan daya saing perbankan syariah di tingkat nasional, tetapi juga memperkuat posisi mereka di tingkat global sebagai model keuangan yang etis, inklusif, dan berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Penggabungan antara strategi digitalisasi, pengelolaan risiko, dan inovasi produk sangat penting untuk meningkatkan daya saing perbankan syariah di Indonesia. Digitalisasi membantu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat layanan perbankan, serta memperluas akses layanan kepada masyarakat. Layanan digital seperti perbankan seluler, perbankan daring, dan pendaftaran online menunjukkan nilai profesional dan kejujuran dalam menjalankan prinsip syariah, karena memberikan kemudahan serta keterbukaan bagi para nasabah. Manajemen risiko merupakan pondasi utama untuk menjaga kelangsungan operasional bank syariah di tengah perubahan teknologi.

Dengan pendekatan Manajemen Risiko Perusahaan, bank syariah bisa mengenali, menilai, dan mengelola risiko seperti serangan siber, kegagalan sistem, dan pelanggaran prinsip-prinsip syariah. Nilai-nilai Islam seperti usaha terbaik dan keterpercayaan pada Tuhan menjadi dasar moral yang seimbang antara usaha manusia dan kehendak Tuhan dalam mengelola risiko. Di sisi lain, inovasi produk adalah salah satu alasan utama untuk mengembangkan perbankan syariah dalam persaingan global. Kemitraan dengan perusahaan fintech membuka peluang untuk berkembangnya produk keuangan syariah

inovatif, seperti pembiayaan peer-to-peer, platform zakat digital, dan sistem pembayaran QRIS Syariah. Inovasi ini memperkuat daya saing bank syariah sekaligus membantu mencapai tujuan hukum Islam, yaitu melindungi harta dan memberi manfaat bagi masyarakat.

Ketiga aspek tersebut—digitalisasi, manajemen risiko, dan inovasi produk—jika digabungkan secara baik, akan menghasilkan sistem perbankan syariah yang efisien, aman, dan berkelanjutan. Kombinasi ini tidak hanya memberikan dampak pada kinerja finansial tetapi juga memperkuat aspek spiritual, etika, dan sosial dalam bisnis keuangan Islam. Dengan demikian, perbankan syariah mampu memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan sesuai dengan tujuan hukum Islam serta memberikan peran sebagai lembaga keuangan yang adil, inklusif, dan berkonsentrasi pada kesejahteraan umat.

Saran

Berdasarkan hasil analisis, bank syariah perlu meningkatkan kerja sama antara digitalisasi, pengelolaan risiko, dan inovasi produk untuk bisa tetap bersaing secara baik di era digital saat ini. Digitalisasi harus dijalankan secara terencana dengan dasar prinsip syariah, agar tidak hanya mengurangi biaya operasional tetapi juga tetap menjaga keadilan dan tanggung jawab dalam layanan yang diberikan. Di sisi lain, penguatan kemampuan pegawai juga sangat penting agar mereka mampu mengelola risiko digital secara profesional dan sesuai dengan etika. Menggunakan pengelolaan risiko yang saling terhubung dengan sistem pemerintahan syariah sangat diperlukan untuk menjaga keamanan sistem dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Selain itu, pengembangan produk keuangan digital yang berupa kolaborasi antara bank syariah dan fintech harus terus dilakukan agar layanan bisa diperluas dan daya saing meningkat. Dukungan dari kebijakan pemerintah serta lembaga seperti OJK dan DSN-MUI juga dibutuhkan agar digitalisasi dalam perbankan syariah dapat berjalan dengan aman, efisien, serta sesuai dengan tujuan syariah. Oleh karena itu, kerja sama antara teknologi, pengelolaan risiko, dan inovasi produk akan membantu memperkuat bank syariah sebagai lembaga keuangan yang modern, etis, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Agusty, R. U. (2023). Strategi Perbankan Syariah dalam mengadopsi Teknologi Fintech untuk Pengembangan Produk Digital Berbasis Syariah.
- Anggrainie, A. (2024). Digitalisasi sebagai strategi peningkatan kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI). *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2(11), 653–660.
- Fachruddin, M. H. (2025). Strategi manajemen risiko bank syariah dalam menghadapi transformasi digital. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 3(6).
- Faizi, F. (2024). How are Islamic banking products developed? Evidence from emerging country. *Cogent Economics & Finance*, 12(1), 2378961.
- Fakhrezy, M. Z. (2024). Digitalisasi perbankan Syariah. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2(12), 485–490.
- Mardiana, M., & Purnamasari, P. E. (n.d.). Pengaruh Manajemen Risiko Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi:

- Studi Kasus pada Perbankan Syariah yang Terdaftar di Index Saham Syariah Indonesia. Research Report. Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017. <http://repository.uin-malang.ac.id/3427/>
- 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/>
- Setiani, S., & Zainuddin, M. (2023). Model bisnis digital: Mendorong transformasi dan inovasi. <http://repository.uin-malang.ac.id/15758/>