

Strategi manajemen inovasi produk dalam meningkatkan daya saing bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) di era digital

Ahmad Hamdan Dhofiri

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

Kata Kunci:

inovasi produk, manajemen strategi, BPRS, digitalisasi, keuangan syariah

Keywords:

product innovation, strategic management, BPRS, digitalization, Islamic finance

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen inovasi produk yang diterapkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam meningkatkan daya saing di era digital. Persaingan yang semakin ketat antar lembaga keuangan menuntut BPRS untuk melakukan inovasi agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah secara cepat, efisien, dan sesuai prinsip syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui analisis literatur dan data sekunder dari berbagai sumber akademik dan laporan industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk yang efektif di BPRS meliputi digitalisasi layanan pembiayaan, pengembangan produk berbasis teknologi finansial syariah (fintech syariah), serta peningkatan literasi digital karyawan dan nasabah. Dengan penerapan strategi ini, BPRS dapat memperkuat citra lembaga, memperluas segmen pasar, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the product innovation management strategies implemented by Islamic Rural Banks (BPRS) to enhance competitiveness in the digital era. Increasing competition among financial institutions requires BPRS to innovate in order to meet customer needs quickly, efficiently, and in accordance with Sharia principles. This research employs a descriptive qualitative method through literature analysis and secondary data obtained from various academic sources and industry reports. The results show that effective product innovation strategies in BPRS include the digitalization of financing services, the development of Sharia-based financial technology (Islamic fintech) products, and the enhancement of digital literacy among employees and customers. By implementing these strategies, BPRS can strengthen institutional image, expand market segments, and increase public trust in Islamic banking.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor perbankan, termasuk pada lembaga keuangan syariah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sebagai lembaga keuangan mikro syariah memiliki peran strategis dalam mendukung ekonomi masyarakat, khususnya pada sektor usaha kecil dan menengah. Namun, di tengah pesatnya digitalisasi dan munculnya kompetitor seperti fintech syariah, BPRS menghadapi tantangan untuk tetap kompetitif dan relevan. Oleh karena itu, strategi manajemen inovasi produk menjadi kebutuhan mendesak untuk



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.

memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, serta menjaga kepercayaan nasabah dalam koridor prinsip syariah.(Rahmati & Ibrahim, 2022)

Inovasi produk di BPRS tidak sekadar menciptakan layanan berbasis digital, tetapi juga memastikan bahwa setiap inovasi sesuai dengan nilai-nilai Islam dan kebutuhan masyarakat. Keberhasilan inovasi di lembaga keuangan syariah bergantung pada keseimbangan antara penerapan teknologi dan kepatuhan syariah. Oleh karena itu, manajemen BPRS perlu menyusun strategi yang mencakup penguatan kompetensi sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi keuangan (fintech), serta penerapan tata kelola berbasis nilai-nilai syariah agar inovasi yang dilakukan tidak hanya efisien tetapi juga bernilai spiritual dan sosial.

Selain itu, daya saing BPRS sangat bergantung pada kemampuannya dalam beradaptasi terhadap perubahan perilaku nasabah di era digital. Penelitian Nurfadilah (2023) menegaskan bahwa tingkat literasi digital nasabah dan kesiapan teknologi internal masih menjadi hambatan utama dalam transformasi digital BPRS. Oleh karena itu, inovasi produk harus dibarengi dengan strategi edukasi, peningkatan literasi keuangan, serta kolaborasi antara BPRS dan fintech syariah untuk menciptakan ekosistem layanan keuangan yang lebih inklusif. Dengan penerapan strategi manajemen inovasi produk yang terarah dan berbasis nilai syariah, BPRS diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi umat di era digital.

Pembahasan

Inovasi produk digital menjadi salah satu strategi utama yang diadopsi oleh lembaga keuangan syariah modern untuk menghadapi tuntutan zaman(Mutiah & Hasbi, 2024). Beberapa BPRS telah mulai menggunakan *mobile banking*, sistem informasi manajemen (MIS), dan platform pembayaran digital sebagai bagian dari transformasi mereka. Namun, tingkat adopsi sangat dipengaruhi oleh kapasitas finansial dan orientasi strategis masing-masing BPRS.

Digitalisasi layanan tidak hanya tentang memasang aplikasi, tetapi lebih kepada integrasi layanan dengan pengalaman nasabah. Di Bank Riau Kepri Syariah misalnya, inovasi seperti fitur zakat, infak otomatis, dan dompet masjid digital dipadukan dengan fintech syariah dan *crowdfunding* halal, yang menunjukkan bahwa produk dapat dirancang untuk memenuhi kebutuhan religius sekaligus sosial. Tingkat penerimaan masyarakat terhadap inovasi ini cukup positif karena adanya dukungan edukasi digital dan keamanan teknologi.

Kolaborasi dengan *fintech* juga muncul sebagai pendorong efisiensi operasional dan perluasan segmen pasar. Integrasi fintech dalam produk seperti *mobile banking*, pembayaran aplikasi, dan pembiayaan digital meningkatkan kenyamanan pelanggan serta memperluas akses keuangan Islam. Produk-produk inovatif ini membantu bank syariah menjadi lebih kompetitif di era ekonomi digital. Hal tersebut juga diperkuat oleh (Az-Zahra & Miranti, 2023) yang menyebutkan bahwa stabilitas bank syariah sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga tersebut dalam mengintegrasikan teknologi finansial (fintech) dengan pengelolaan rasio keuangannya. Implementasi fintech yang

tepat tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat ketahanan bank terhadap risiko likuiditas dan fluktuasi pasar melalui optimalisasi sistem keuangan digital yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah

Namun demikian, tidak semua BPRS atau bank syariah memiliki kesiapan yang sama dalam menghadapi tantangan digital. Variasi adopsi teknologi cukup besar: ada yang sudah menggunakan platform digital dan *fintech* syariah, tetapi ada juga yang masih terbatas pada sistem manual atau semi-digital, tergantung sumber daya keuangan dan sumber daya manusia. (Kirowati et al., 2025) Salah satu aspek penting dalam strategi manajemen inovasi produk adalah kepatuhan terhadap prinsip syariah. Kepatuhan syariah berfungsi sebagai kontrol preventif, memastikan bahwa inovasi produk tidak menyimpang dari prinsip Islam seperti larangan riba dan gharar, dan ini menjadi bahan pertimbangan penting dalam desain produk inovatif.

Manajemen produk inovatif juga wajib memasukkan mekanisme monitoring dan evaluasi yang jelas. Kurangnya monitoring internal dan regulasi spesifik menjadi salah satu sebab produk-produk syariah belum dapat maksimal memenuhi kebutuhan masyarakat. Strategi pengembangan produk harus memperhatikan pengalaman pengguna (*user experience*) dan kenyamanan transaksi. Inovasi digital *banking* yang rendah di beberapa wilayah berdampak negatif terhadap performa keuangan seperti penurunan kualitas kredit dan rasio profitabilitas apabila transformasi digital tidak dilakukan dengan baik. (Cahyaningtyas, 2021)

Selain produk dan teknologi, faktor SDM sangat krusial. Inovasi produk digital memerlukan tenaga yang paham teknologi dan syariah sekaligus, agar produk tidak hanya canggih secara fitur, tetapi juga sah dan diterima secara keagamaan dan sosial. Pada kasus Bank Riau Kepri Syariah, partisipasi tim teknologi dan pengawas syariah berjalan bersamaan dalam pengembangan produk. Regulasi dan kebijakan juga memiliki peran strategis. Perbankan syariah yang ingin berinovasi perlu dukungan regulasi yang fleksibel namun tetap menjaga kepatuhan syariah dan perlindungan konsumen. Regulasi yang adaptif diperlukan agar bank syariah bisa berinovasi tanpa terhalang birokrasi atau risiko hukum.

Risiko operasional juga menjadi perhatian. Digitalisasi produk dan kolaborasi dengan *fintech* menimbulkan risiko keamanan data dan privasi nasabah. BPRS yang memanfaatkan mobile banking dan aplikasi digital harus memastikan protokol keamanan siber yang kuat, enkripsi, dan kontrol akses yang baik agar kepercayaan nasabah tetap terjaga.

Literasi digital nasabah merupakan faktor pembatas jika tidak ditangani. Banyak inovasi produk digital yang gagal atau kurang dimanfaatkan karena pengguna akhir tidak familiar dengan teknologi, tidak mengerti cara penggunaan aplikasi, atau takut terhadap risiko digital. Edukasi digital dan kampanye literasi masyarakat diperlukan agar masyarakat menerima fitur-fitur baru. (Sudarmanto et al., 2024)

Dari sisi desain produk, inovasi yang berhasil seringkali menggunakan pendekatan partisipatif: melibatkan masyarakat dalam proses input produk, mendengarkan kebutuhan lokal, dan menguji coba produk pada kelompok kecil sebelum peluncuran

luas. Hal ini membantu mengurangi risiko kegagalan produk dan meningkatkan adopsi pasar. Strategi yang bersifat iteratif lebih berhasil daripada langsung peluncuran besar.

Analisis keuntungan finansial dari inovasi produk menunjukkan bahwa bank syariah yang bekerja sama dengan fintech atau yang mengembangkan produk digital mengalami peningkatan akses nasabah, pengumpulan dana pihak ketiga (DPK), dan efisiensi biaya operasional, yang secara kumulatif memperkuat posisi daya saing mereka.

Namun, inovasi produk juga harus memperhitungkan konteks lokal. Produk yang cocok di kota besar belum tentu bisa berhasil di wilayah rural atau daerah terpencil. Infrastruktur digital seperti akses internet dan perangkat gadget milik nasabah sangat mempengaruhi kesuksesan produk digital. BPRS di daerah dengan infrastruktur internet yang baik lebih cepat mengadopsi teknologi dibandingkan daerah dengan akses terbatas.(Hasibuan et al., n.d.)

Manajemen perubahan (*change management*) internal bank menjadi faktor kunci agar inovasi produk dapat diimplementasikan dengan baik. Tanpa dukungan manajerial, budaya organisasi yang mendukung inovasi, dan struktur organisasi yang adaptif, inovasi akan lambat atau bahkan gagal diadopsi secara menyeluruh.

Pengukuran kinerja (*performance measurement*) produk inovatif harus jelas dan mencakup indikator keuangan dan non-keuangan. Indikator seperti waktu transaksi, tingkat pengambilan produk, kepuasan nasabah, profitabilitas produk, dan dampak syariah harus dipantau secara rutin. Pengukuran yang rutin membantu manajemen menyesuaikan strategi jika ada hambatan atau kekurangan.

Manajemen risiko syariah secara internal juga menjadi bagian strategi manajemen inovasi. Risiko antara lain risiko pembiayaan, risiko operasi, dan risiko reputasi jika produk tidak sesuai syariah. Risiko pembiayaan, risiko benchmark, likuiditas, operasional dan pasar perlu diidentifikasi, diukur, dan dikendalikan dalam inovasi produk.

Komunikasi dan pemasaran produk inovatif perlu disesuaikan dengan karakteristik masyarakat dan budaya lokal. Produk inovatif yang dibangun dengan komponen pemasaran yang kuat—seperti edukasi, literasi, dan pemasaran berbasis komunitas—cenderung lebih cepat diterima. Bank yang berhasil biasanya menggunakan metode edukatif dan kampanye literasi digital untuk memperkenalkan fitur-fitur baru kepada masyarakat.

Penggunaan teknologi dalam monitoring dan feedback juga terbukti membantu penyempurnaan produk. Fitur *feedback* digital, pemantauan data pengguna, serta sistem perbaikan berkelanjutan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah. BPRS yang memiliki sistem monitoring digital internal lebih responsif terhadap masalah dan dapat memperbaiki layanan lebih cepat.

Kebijakan perlindungan konsumen dan regulasi keamanan data harus menjadi bagian tidak terpisahkan dari strategi manajemen. Keberadaan regulasi nasional dan standar kepatuhan syariah yang jelas membantu BPRS dalam merumuskan produk-produk yang tidak hanya kreatif, tetapi juga aman dan sesuai hukum.(Nurfalah & Rusydiana, 2019)

Inovasi finansial syariah, termasuk *crowdfunding* halal, menawarkan peluang menarik dalam memperluas basis finansial syariah dan meningkatkan dana pihak ketiga. *Crowdfunding* berbasis syariah terbukti mampu meningkatkan aset lembaga melalui mekanisme digital.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi manajemen inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan daya saing Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di era digital. Inovasi tidak hanya berorientasi pada aspek teknologi, tetapi juga harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah, kebutuhan nasabah, serta konteks sosial ekonomi masyarakat. Digitalisasi layanan, kolaborasi dengan *fintech* syariah, dan pengembangan produk berbasis teknologi terbukti mampu memperkuat citra BPRS sebagai lembaga keuangan yang modern, efisien, dan berintegritas.

Penerapan strategi inovasi yang efektif bergantung pada kesiapan sumber daya manusia, dukungan regulasi, serta budaya organisasi yang mendukung perubahan. Faktor-faktor seperti literasi digital, keamanan data, dan kepatuhan syariah menjadi elemen penting agar inovasi dapat berjalan berkelanjutan. Selain itu, penerapan sistem monitoring, evaluasi, dan manajemen risiko secara terstruktur membantu BPRS menjaga kualitas layanan serta menyesuaikan produk dengan dinamika kebutuhan masyarakat.

Secara keseluruhan, keberhasilan BPRS dalam menerapkan inovasi produk digital akan berdampak pada peningkatan efisiensi operasional, perluasan segmen pasar, dan penguatan kepercayaan publik terhadap perbankan syariah. Dengan demikian, strategi manajemen inovasi yang terarah dan berbasis nilai-nilai Islam menjadi fondasi utama bagi keberlanjutan dan daya saing BPRS di era digital yang kompetitif.

Saran

Pertama, BPRS perlu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan teknologi digital dan literasi keuangan syariah agar mampu mengelola inovasi secara profesional dan sesuai prinsip syariah. Kedua, kolaborasi antara BPRS, regulator, dan pelaku *fintech* syariah harus diperkuat untuk membangun ekosistem digital yang aman, transparan, dan inklusif. Ketiga, pemerintah dan otoritas keuangan diharapkan menyediakan regulasi yang fleksibel dan mendukung inovasi, tanpa mengabaikan aspek perlindungan konsumen dan kepatuhan hukum Islam.

Selain itu, penelitian lanjutan disarankan untuk menggali model implementasi inovasi produk yang paling efektif bagi BPRS dengan mempertimbangkan variasi wilayah, kapasitas finansial, dan tingkat literasi masyarakat. Dengan pendekatan yang adaptif dan kolaboratif, BPRS dapat menjadi motor penggerak penguatan ekonomi syariah nasional di tengah perkembangan teknologi keuangan yang dinamis.

Daftar Pustaka

- Az-Zahra, A. N., & Miranti, T. (2023). The sharia bank stability: How fintech and financial ratio fixed it? *I-Finance Journal*. <http://repository.uin-malang.ac.id/16189/>
- Cahyaningtyas, K. (2021). Implementasi Monitoring Mechanism of Syariah Product Innovation dalam Pengembangan Produk Perbankan Syariah. *Journal of Law, Society, and Islamic Civilization*, 8(1), 26. <https://doi.org/10.20961/jolsic.v8i1.48700>
- Hasibuan, R. A. S., Asadiyah, E., & Rahayu, Y. S. (n.d.). *UMKM RECOVERY STRATEGY IN MALANG CITY BASED ON DIGITAL MARKETING*. <http://repository.uin-malang.ac.id/11624/>
- Kirowati, D., Kumalawati, L., & Nauval Prastyanka Putra, Y. (2025). Digital Transformation and Digital Innovation to Improve the Financial Performance of People's Economic Banks (BPR) in Indonesia. *Jurnal AKSI (Akuntansi Dan Sistem Informasi)*, 10(1), 159–166. <https://doi.org/10.32486/aksi.v10i1.847>
- Mutiah, S. A., & Hasbi, M. Z. N. (2024). *ANALYSIS OF THE IMPACT OF FINTECH ON INNOVATION PRODUCTS IN BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) IN THE DIGITAL ECONOMY ERA*.
- Nurfalah, I., & Rusydiana, A. S. (2019). DIGITALISASI KEUANGAN SYARIAH MENUJU KEUANGAN INKLUSIF: KERANGKA MAQASHID SYARIAH. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi*, 11(1), 55. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i1.1205>
- Rahmati, A., & Ibrahim, A. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DALAM MENGHADAPI FINANCIAL TECHNOLOGY. *istinbath*, 21(1), 125–141. <https://doi.org/10.20414/ijhi.v21i1.490>
- Sudarmanto, E., Yuliana, I., Wahyuni, N., Yusuf, S. R., & Zaki, A. (2024). Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 645. <http://repository.uin-malang.ac.id/19648/>