

PENGEMBANGAN PRODUK JASA SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING BANK

Suci Canda Ati¹, Kartina², Sulistiara Putri³, Nabila Lailita⁴, Novi Yanti Sandra Dewi⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Mataram

Email: suciicanda@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menerapkan metode Systematic Literature Review (SLR) dengan mengkaji sumber-sumber literatur yang terindeks pada Scopus, DOAJ, dan Google Scholar dalam rentang publikasi 2017–2026. Berdasarkan hasil penelusuran dan analisis literatur, penelitian ini diarahkan untuk mensintesis dan mengintegrasikan temuan-temuan terdahulu yang berkaitan dengan pengembangan produk dan layanan perbankan syariah. Secara lebih spesifik, kajian ini mengidentifikasi pola dan kecenderungan fragmentasi penelitian pada dimensi kinerja, kepuasan nasabah, serta tata kelola dan kepatuhan syariah, termasuk adanya ketidakkonsistenan konseptual dan metodologis, khususnya dalam pengukuran maqasid sharia dan pengkajian peran Dewan Pengawas Syariah. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merumuskan kerangka konseptual yang lebih terintegrasi sebagai dasar pengembangan inovasi produk jasa syariah yang selaras dengan nilai-nilai etika Islam dan tuntutan daya saing industri perbankan modern. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik bagi penguatan literatur perbankan syariah serta kontribusi praktis bagi regulator dan pelaku industri dalam merancang strategi pengembangan produk yang berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip syariah.

Kata Kunci: Perbankan Syariah, Produk Jasa Syariah, Daya Saing Bank, Inovasi Produk, Kepatuhan Syariah.

Abstract

This research employs the Systematic Literature Review (SLR) method by examining literature sources indexed in Scopus, DOAJ, and Google Scholar covering publications from 2017 to 2026. Based on the results of the literature search and analysis, this research aims to synthesize and integrate previous findings related to the development of Islamic banking products and services. More specifically, this study identifies patterns and trends in research fragmentation across the dimensions of performance, customer satisfaction, and Sharia governance and compliance, including conceptual and methodological inconsistencies, particularly in the measurement of maqasid sharia and the assessment of the role of the Sharia Supervisory Board. Based on these findings, this research formulates a more integrated conceptual framework as a basis for developing innovative Islamic service products that align with Islamic ethical values and the competitive demands of the modern banking industry. Therefore, the results of this research are expected to provide academic contributions to strengthening the Islamic banking literature and practical contributions to regulators and industry players in designing sustainable product development strategies that align with Sharia principles.

Keywords: *Islamic Banking, Islamic Service Products, Bank Competitiveness, Product Innovation, Islamic Compliance.*

PENDAHULUAN

Perbankan syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan secara global dan nasional sebagai bagian dari sistem keuangan modern yang semakin kompetitif (Wahyuningrum et al., 2025). Selain menawarkan sistem keuangan berbasis prinsip etika dan hukum Islam, perbankan syariah berperan dalam memperluas inklusi keuangan serta mendukung stabilitas ekonomi melalui mekanisme bagi hasil dan transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah (Margareta et al., 2025). Berbagai studi menunjukkan bahwa ekspansi perbankan syariah telah melampaui negara mayoritas Muslim dan berkontribusi terhadap penguatan sistem keuangan (Rahayu et al., 2025). Di tingkat nasional, khususnya di Indonesia, perbankan syariah terus berkembang melalui diversifikasi produk, perluasan layanan, dan adaptasi teknologi, meskipun masih menghadapi persaingan ketat dengan bank konvensional dan lembaga keuangan digital.

Persaingan dalam industri perbankan semakin intensif, tidak hanya antara bank syariah dan bank konvensional, tetapi juga dengan lembaga keuangan berbasis

teknologi digital yang menawarkan layanan cepat dan berorientasi pada kebutuhan nasabah (N. F. Putri et al., 2024). Dalam situasi ini, bank syariah menghadapi tantangan daya saing, terutama akibat keterbatasan inovasi produk dan dominasi pembiayaan berbasis margin. Persepsi terhadap kualitas layanan yang dinilai kurang kompetitif serta rendahnya kontribusi pendapatan berbasis jasa turut membatasi fleksibilitas dan efisiensi operasional (Aprilya, 2026). Oleh karena itu, peningkatan daya saing bank syariah menuntut strategi adaptif melalui diversifikasi produk jasa, penguatan kualitas layanan, dan optimalisasi teknologi digital.

Persaingan dalam industri perbankan semakin intensif, tidak hanya antara bank syariah dan bank konvensional, tetapi juga dengan lembaga keuangan berbasis teknologi digital yang menawarkan layanan cepat dan berorientasi pada kebutuhan nasabah (N. F. Putri et al., 2024). Dalam situasi ini, bank syariah menghadapi tantangan daya saing, terutama akibat keterbatasan inovasi produk dan dominasi pembiayaan berbasis margin (Aflah et al., 2026). Persepsi terhadap kualitas layanan

yang dinilai kurang kompetitif serta rendahnya kontribusi pendapatan berbasis jasa turut membatasi fleksibilitas dan efisiensi operasional. Oleh karena itu, peningkatan daya saing bank syariah menuntut strategi adaptif melalui diversifikasi produk jasa, penguatan kualitas layanan, dan optimalisasi teknologi digital (Aprilya, 2026).

Persinggungan antara kepatuhan syariah dan inovasi produk menjadi tantangan utama perbankan syariah di tengah percepatan digitalisasi. Di Indonesia, keterbatasan regulasi adaptif dan rendahnya literasi digital meningkatkan risiko ketidakpatuhan syariah, khususnya seiring perkembangan fintech (Anadila et al., 2026). Inovasi kontrak seperti al-uqud al-murakkabah memunculkan perdebatan terkait kesesuaiannya dengan prinsip syariah dan potensi riba, sementara efektivitas audit syariah masih terkendala standar dan kualitas auditor (A. Wahab & Mahdiya, 2020). Oleh karena itu, peningkatan daya saing bank syariah menuntut inovasi produk yang tetap sejalan dengan tata kelola dan nilai etika syariah (Hartono et al., 2025).

Fragmentasi literatur di berbagai bidang telah menjadi perhatian yang signifikan, sebagaimana dibuktikan oleh beberapa penelitian yang menyoroti implikasinya. Smirnova membahas

bagaimana persepsi tentang keutuhan dan fragmentasi bervariasi di seluruh periode sejarah, menunjukkan bahwa apa yang merupakan fragmen sering didefinisikan ulang dalam kaitannya dengan konteks kontemporer. Di bidang sistem informasi, Priyono et al. (2025). memberikan analisis kuantitatif yang menunjukkan bahwa sementara bidang tersebut telah mengalami pergeseran dalam topik penelitian, bidang ini telah menjadi lebih kohesif dari waktu ke waktu, melawan gagasan fragmentasi. Sebaliknya, penerbitan yang terfragmentasi dalam ilmu kesehatan, ditandai dengan publikasi duplikat dan salami, lazim, meskipun luasnya bervariasi menurut subdisiplin. Terakhir, Dewi et al. (2025) mengidentifikasi tantangan dalam tinjauan literatur sistematis, menekankan isu-isu seperti informasi yang hilang dan terminologi yang tidak konsisten yang berkontribusi pada fragmentasi pengetahuan. Secara kolektif, studi ini menggarisbawahi sifat fragmentasi yang beragam dalam sastra, mengungkapkan tantangan dan dinamika yang berkembang di seluruh disiplin ilmu.

Literatur perbankan syariah masih menunjukkan fragmentasi yang signifikan pada dimensi kinerja keuangan, kepuasan nasabah, dan kepatuhan syariah, sebagaimana ditegaskan oleh berbagai

systematic literature review. Penelitian Dewan Pengawas Syariah umumnya terfokus pada hubungan kinerja, tata kelola, dan efektivitas audit tanpa kerangka analisis yang terintegrasi (Febryana et al., 2025). Meskipun maqasid sharia sering digunakan sebagai indikator kinerja, belum terdapat konsistensi pengukuran yang baku, sementara faktor perilaku nasabah seperti Islamic branding dan orientasi keberlanjutan masih kurang mendapat perhatian. Kondisi ini menunjukkan bahwa kajian yang ada masih bersifat parsial, sehingga diperlukan penelitian systematic literature review untuk membangun kerangka konseptual yang lebih komprehensif.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan celah penelitian yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk melakukan sintesis dan integrasi atas hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengembangan produk dan layanan perbankan syariah melalui pendekatan Systematic Literature Review. Secara lebih spesifik, riset ini diarahkan untuk memetakan kecenderungan dan pola fragmentasi literatur pada aspek kinerja, kepuasan nasabah, serta tata kelola dan kepatuhan syariah; mengidentifikasi ketidakkonsistenan konseptual maupun metodologis, termasuk dalam pengukuran maqasid sharia dan peran Dewan Pengawas

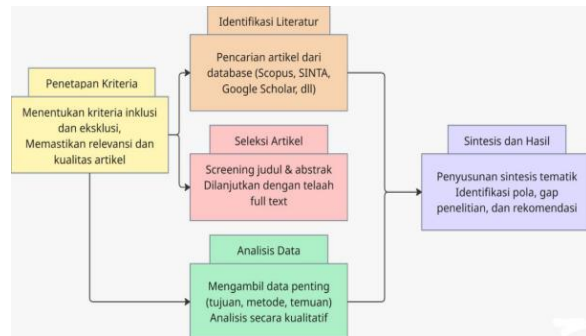
Syariah; serta merumuskan kerangka konseptual yang lebih terpadu sebagai dasar pengembangan inovasi produk jasa syariah yang sejalan dengan nilai etika Islam dan tuntutan daya saing industri perbankan modern. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik bagi penguatan literatur perbankan syariah sekaligus kontribusi praktis bagi regulator dan pelaku industri dalam merancang strategi pengembangan produk yang berkelanjutan dan sesuai prinsip syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Systematic Literature Review* untuk mengkaji secara komprehensif literatur akademik yang membahas pengembangan produk jasa perbankan syariah dalam kaitannya dengan peningkatan daya saing bank. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tren, fokus, dan pola kajian terdahulu terkait inovasi layanan, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta implikasinya terhadap kinerja dan keunggulan kompetitif perbankan syariah. Pencarian literatur dilakukan secara sistematis melalui basis data ilmiah bereputasi, seperti Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan jurnal nasional terakreditasi, dengan menggunakan

kombinasi kata kunci yang relevan, antara lain *Islamic banking*, *Islamic financial services*, *service innovation*, *competitiveness*, dan *Sharia compliance*. Proses pencarian dibatasi pada publikasi sepuluh tahun terakhir untuk memastikan relevansi terhadap perkembangan industri perbankan syariah kontemporer.

Penentuan literatur dilakukan melalui penerapan kriteria inklusi dan eksklusi guna menjamin kualitas dan kesesuaian artikel yang dianalisis. Artikel yang diikutsertakan merupakan publikasi ilmiah bereputasi yang secara eksplisit membahas produk atau jasa perbankan syariah serta tersedia dalam teks lengkap, sementara publikasi non-ilmiah, artikel duplikat, dan studi yang tidak relevan dikecualikan. Seleksi dilakukan secara bertahap melalui penyaringan judul dan abstrak, dilanjutkan dengan telaah teks lengkap. Data dari artikel terpilih kemudian diekstraksi dan dianalisis secara kualitatif dengan menekankan tujuan penelitian, pendekatan metodologis, temuan utama, serta implikasinya terhadap pengembangan produk jasa dan daya saing bank syariah. Hasil ekstraksi selanjutnya disintesis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, kesenjangan penelitian, dan peluang pengembangan kerangka konseptual yang lebih terintegrasi. Adapun alur penelitian terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian

Gambar 1 menunjukkan alur sistematis dalam proses *Systematic Literature Review (SLR)* yang diawali dengan tahap identifikasi literatur melalui pencarian artikel pada berbagai database ilmiah seperti Scopus, SINTA, dan Google Scholar. Selanjutnya dilakukan penetapan kriteria inklusi dan eksklusi untuk memastikan relevansi serta kualitas artikel yang akan dianalisis. Tahap berikutnya adalah seleksi artikel melalui proses *screening* judul dan abstrak yang kemudian dilanjutkan dengan telaah *full text*. Setelah artikel terpilih, dilakukan analisis data dengan mengekstraksi informasi penting seperti tujuan penelitian, metode, dan temuan, yang dianalisis secara kualitatif. Proses ini diakhiri dengan tahap sintesis dan hasil, yaitu penyusunan sintesis tematik, identifikasi pola serta kesenjangan penelitian, dan perumusan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan hasil sintesis literatur terkait pengembangan produk jasa perbankan syariah dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir melalui pendekatan Systematic Literature Review. Pembahasan diarahkan pada tiga fokus utama, yakni kecenderungan dan pola pengembangan produk, peran produk jasa syariah dalam meningkatkan daya saing bank syariah, serta determinan yang memengaruhi keberhasilan maupun kegagalan pengembangan produk. Analisis tersebut dimaksudkan untuk menjelaskan bagaimana perbankan syariah beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, dinamika preferensi pasar, dan tuntutan kepatuhan terhadap prinsip syariah, sekaligus menyoroti adanya fragmentasi dan keterbatasan dalam kajian terdahulu sebagai landasan penyusunan kerangka pengembangan produk jasa syariah yang lebih terintegrasi dan berorientasi keberlanjutan.

A. Tren Dan Pola Pengembangan Produk Jasa Perbankan Syariah Dalam Literatur Selama Satu Dekade Terakhir

Selama dekade terakhir, perkembangan layanan dan produk perbankan Syariah telah ditandai oleh tren dan pola yang signifikan, terutama dalam konteks kepatuhan, integrasi teknologi, dan ekspansi pasar. Peningkatan

penting dalam publikasi ilmiah telah diamati, dengan tema-tema utama muncul seputar kepatuhan Syariah, kinerja keuangan, dan peran Dewan Pengawas Syariah, menyoroti pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam untuk kredibilitas kelembagaan (Uno & Sudaryati, 2024). Persimpangan teknologi keuangan (fintech) dengan keuangan Islam juga mendapatkan daya tarik, menekankan mobile banking dan blockchain sebagai inovasi penting yang meningkatkan pemberian layanan dan inklusi keuangan (Wahab & Ihsan, 2025). Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa perbankan syariah berkembang untuk mengatasi tantangan seperti keterbatasan produk dan rintangan peraturan, sementara semakin menyelaraskan dengan inisiatif keuangan berkelanjutan (Vitriani & Fasa, 2025). Lanskap komprehensif ini menggarisbawahi sifat dinamis perbankan Syariah, yang mencerminkan pergeseran menuju ekosistem keuangan yang lebih inklusif dan berteknologi maju.

Literatur selama satu dekade terakhir mengidentifikasi tiga tren utama dalam pengembangan produk perbankan syariah, yaitu inovasi layanan digital, diversifikasi dan pengemasan ulang produk, serta ekspansi produk investasi (Musyarrofah et al., 2025). Bukti empiris dari berbagai studi menunjukkan bahwa fokus penelitian

perbankan syariah telah bergeser dari aspek teoretis menuju penerapan praktis, sebagaimana tercermin dalam analisis bibliometrik terhadap 980 artikel periode 1991–2024. Inovasi perbankan digital menjadi tren yang menonjol, ditandai dengan pengembangan layanan internet banking, mobile banking, phone banking, dan solusi fintech yang berkontribusi terhadap peningkatan pangsa pasar bank syariah pada periode 2020–2023. Selain itu, strategi diversifikasi produk dilakukan melalui pengembangan pembiayaan sindikasi, pembiayaan perdagangan, manajemen kas, serta pembiayaan bagi usaha rintisan (Fathori, 2024). Di sisi lain, produk investasi syariah khususnya sukuk, reksa dana syariah, dan saham syariah mengalami pertumbuhan pesat yang didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat dan dukungan regulasi (Karso, 2025). Meskipun demikian, tantangan masih signifikan, tercermin dari pangsa pasar perbankan syariah yang relatif rendah, sekitar 5% dari total aset perbankan nasional, serta keterbatasan penelitian yang secara spesifik membahas perbankan syariah dibandingkan dengan kajian keuangan Islam secara umum.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perbankan syariah sedang berada dalam proses transformasi struktural yang dipicu oleh kemajuan teknologi dan perubahan

dinamika pasar. Inovasi digital berperan tidak hanya dalam peningkatan kualitas layanan, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk memperluas pangsa nasabah di tengah dominasi perbankan konvensional. Upaya diversifikasi produk menandai langkah bank syariah dalam mengurangi ketergantungan pada pembiayaan tradisional, sementara pertumbuhan produk investasi mencerminkan meningkatnya kepercayaan publik terhadap instrumen keuangan syariah, dengan kepatuhan syariah tetap menjadi sumber diferensiasi utama. Namun demikian, pangsa pasar perbankan syariah yang masih terbatas menunjukkan bahwa inovasi tersebut belum sepenuhnya menghasilkan keunggulan kompetitif, kondisi ini diperkuat oleh fragmentasi kajian akademik dan minimnya penelitian terintegrasi yang secara khusus berfokus pada perbankan syariah.

B. Kontribusi Produk Jasa Syariah Terhadap Daya Saing Bank Syariah Menurut Temuan Empiris

Kontribusi produk jasa syariah terhadap daya saing bank syariah secara signifikan digarisbawahi oleh temuan empiris di berbagai penelitian. Nasrullah et al. (2026) menyoroti bahwa kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dan inovasi produk sangat penting untuk meningkatkan kinerja keuangan, dengan model mereka

menjelaskan 74% varians di bidang ini. Lebih lanjut, Nasrullah et al. (2026). menekankan bahwa strategi produk yang berpusat pada agama, dikombinasikan dengan pengetahuan produk syariah, secara positif mempengaruhi kinerja bisnis dan keunggulan kompetitif, menunjukkan bahwa mengintegrasikan nilai-nilai agama ke dalam penawaran produk dapat memperluas pangsa pasar. Penelitian Susanti. (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan syariah secara langsung berdampak pada daya saing, memperkuat kebutuhan bank untuk memenuhi harapan pelanggan secara efektif. Selain itu, studi Dwi & Fasa. (2024) mengungkapkan bahwa inisiatif perbankan digital yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah secara signifikan meningkatkan kinerja, menunjukkan bahwa kemajuan teknologi sangat penting untuk mempertahankan daya saing dalam lanskap keuangan yang berkembang. Terakhir, Siti & Syafi'i. (2025) membahas bagaimana fintech syariah dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kepercayaan anggota, meskipun tantangan seperti literasi digital tetap ada. Secara kolektif, temuan ini menggambarkan bahwa produk jasa syariah, ketika dikembangkan secara inovatif dan diterapkan secara efektif, sangat penting untuk memperkuat daya saing bank syariah.

Produk dan layanan perbankan syariah memberikan kontribusi positif yang

signifikan terhadap daya saing bank, sebagaimana dibuktikan oleh berbagai studi empiris melalui beragam mekanisme. Karomah et al. (2025) menunjukkan bahwa strategi produk berbasis nilai religius dan tingkat pengetahuan terhadap produk syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis serta keunggulan kompetitif, berdasarkan analisis SEM-PLS terhadap 200 karyawan bank. Wahono & Masykuroh, (2022) juga membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh langsung dan signifikan dalam meningkatkan daya saing bank syariah, berdasarkan survei terhadap 100 responden nasabah. Sementara itu, Muchlis, (2018), melalui analisis kualitatif SWOT, menemukan bahwa inovasi produk dan layanan mampu menarik minat nasabah serta meningkatkan pangsa pasar Bank Syariah Indonesia. Sejumlah mekanisme utama yang memperkuat daya saing bank syariah meliputi diferensiasi produk, inovasi layanan digital, penerapan kepatuhan dan transparansi syariah, serta pengembangan produk yang bersifat strategis. Namun demikian, berbagai sumber juga menegaskan bahwa keberhasilan strategi tersebut sangat bergantung pada faktor pendukung, khususnya peningkatan literasi dan edukasi nasabah serta investasi berkelanjutan dalam infrastruktur teknologi digital.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa daya saing bank syariah tidak semata ditentukan oleh kinerja operasional dan finansial, melainkan oleh kemampuan institusi dalam mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam pengembangan produk dan layanan yang selaras dengan kebutuhan pasar modern, di mana kepatuhan syariah, transparansi, dan diferensiasi nilai religius berperan penting dalam membangun kepercayaan nasabah, sementara inovasi layanan digital mendorong perluasan jangkauan pasar dan efisiensi operasional. Namun demikian, hubungan positif antara pengembangan produk jasa syariah dan daya saing bank masih menghadapi keterbatasan empiris, mengingat banyak penelitian berfokus pada konteks institusional atau wilayah tertentu, cenderung memisahkan analisis inovasi produk dan kepatuhan syariah, serta belum secara memadai memasukkan faktor pendukung seperti literasi keuangan syariah, kesiapan infrastruktur digital, dan karakteristik nasabah sebagai determinan strategis keberhasilan pengembangan.

C. Faktor Yang Paling Berpengaruh Dalam Keberhasilan Atau Kegagalan Pengembangan Produk Jasa Syariah

Keberhasilan atau kegagalan produk jasa syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, termasuk kepatuhan syariah, manajemen risiko, dan kemampuan beradaptasi pasar. Kepatuhan yang kuat terhadap prinsip-prinsip syariah sangat penting, karena mendorong kepercayaan konsumen dan diferensiasi produk, yang sangat penting untuk daya saing di pasar. Selain itu, strategi manajemen risiko yang efektif dan keterlibatan masyarakat meningkatkan pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang sangat penting dalam ekonomi islam (Zainarti et al., 2024). Evolusi produk tabungan syariah juga menyoroti pentingnya kemajuan teknologi dan preferensi pelanggan, yang memerlukan strategi pengembangan produk adaptif untuk memenuhi permintaan pasar (Bani, 2025). Selain itu, kerangka legislatif yang kuat dan tata kelola syariah yang efektif sangat penting untuk pembangunan berkelanjutan di sektor perbankan Islam, memastikan bahwa produk selaras dengan praktik keuangan kontemporer dan standar etika (Putri, 2025).

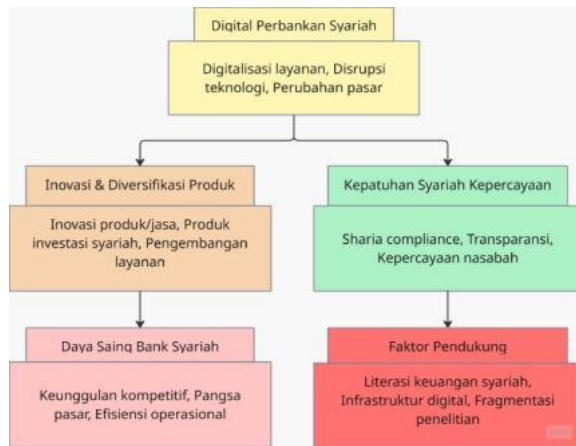
Keberhasilan pengembangan produk keuangan syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, dengan promosi, pengelolaan proses,

dan kepatuhan syariah muncul sebagai elemen yang paling krusial. Bukti empiris menunjukkan variasi penekanan antarpenelitian Bani, (2025) menemukan bahwa dari sembilan faktor yang diuji ($R^2 = 55,4\%$), promosi merupakan faktor paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah, diikuti oleh lokasi, budaya, dan aspek psikologis. Sebaliknya, Nurkamalia et al. (2025) mengidentifikasi faktor proses sebagai determinan dominan dalam pemilihan produk pembiayaan di Bank Syariah Mandiri. Nursaman & Syam. (2025) menegaskan bahwa keberhasilan pengembangan produk mensyaratkan kombinasi inovasi, kepatuhan terhadap prinsip syariah, dan strategi pemasaran yang efektif. Sehabudin, (2023) menyoroti peran signifikan faktor budaya dan religius dalam penerimaan produk, khususnya di pasar perkotaan yang memiliki tingkat keberagaman tinggi. Selain itu, Kalam et al. (2019) menekankan pentingnya keselarasan antara kualitas produk, keandalan sumber daya, dan jangkauan jaringan, pemahaman perilaku konsumen sebagai dasar pengembangan produk penghimpunan dana. Secara keseluruhan, temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan produk keuangan syariah bersifat multifaktorial, meskipun aspek pemasaran/promosi dan kepatuhan syariah

secara konsisten muncul sebagai faktor kunci.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa keberhasilan produk jasa syariah tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara nilai-nilai syariah, kapasitas operasional, dan dinamika pasar, di mana kepatuhan syariah berperan sebagai dasar legitimasi dan kepercayaan, sementara strategi pemasaran berfungsi mengartikulasikan nilai produk kepada nasabah, serta efektivitas proses, kualitas sumber daya, dan pemanfaatan teknologi menjadi prasyarat terciptanya layanan yang efisien dan kompetitif. Namun demikian, pemahaman yang ada masih memiliki keterbatasan karena banyak penelitian bersifat kontekstual dan terfragmentasi, cenderung memisahkan analisis kepatuhan syariah, pemasaran, dan manajemen risiko, serta belum secara memadai mengkaji faktor-faktor seperti literasi keuangan syariah, kesiapan infrastruktur digital, dan perubahan preferensi generasi muda yang berpotensi menentukan keberhasilan produk jasa syariah dalam jangka panjang. Kerangka konseptual digitalisasi perbankan syariah dan

dampaknya terhadap daya saing dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Konseptual Digitalisasi Perbankan Syariah dan Dampaknya terhadap Daya Saing

Gambar 2. Menunjukkan bahwa temuan yang dihasilkan dari keseluruhan variabel dan kata kunci tersebut menunjukkan bahwa perkembangan perbankan syariah saat ini berada dalam fase transformasi digital yang signifikan, yang berperan sebagai katalis dalam mengubah pola layanan serta dinamika pasar. Proses digitalisasi tidak hanya berimplikasi pada peningkatan efisiensi operasional, tetapi juga mendorong terciptanya inovasi serta diversifikasi produk, termasuk pengembangan instrumen investasi syariah yang lebih responsif terhadap kebutuhan nasabah kontemporer. Dalam kerangka ini, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah tetap menjadi landasan fundamental, karena berfungsi sebagai

sumber legitimasi, transparansi, sekaligus pembentuk kepercayaan nasabah. Sinergi antara inovasi produk dan kepatuhan syariah tersebut selanjutnya berkontribusi terhadap penguatan daya saing bank syariah, yang tercermin dalam peningkatan keunggulan kompetitif, perluasan pangsa pasar, serta efisiensi operasional. Namun demikian, pencapaian tersebut sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung, seperti tingkat literasi keuangan syariah masyarakat, kesiapan infrastruktur digital, serta kondisi kajian akademik yang masih terfragmentasi. Oleh karena itu, diperlukan upaya integratif yang menghubungkan aspek teknologi, nilai-nilai syariah, dan faktor eksternal guna mendorong peningkatan daya saing perbankan syariah secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan sintesis dan evaluasi terhadap berbagai temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa daya saing perbankan syariah secara fundamental ditentukan oleh kemampuan institusi dalam mengelola integrasi antara inovasi produk jasa, transformasi digital, kepatuhan syariah, dan tata kelola yang efektif dalam satu kerangka pengembangan yang koheren dan berkelanjutan. Inovasi dan digitalisasi tidak lagi dapat dipahami semata sebagai respons terhadap tekanan persaingan, melainkan

sebagai instrumen strategis untuk memperkuat nilai-nilai syariah, meningkatkan kualitas layanan, membangun kepercayaan nasabah, serta menciptakan nilai tambah jangka panjang bagi kinerja keuangan dan legitimasi kelembagaan. Dengan demikian, pengembangan produk jasa syariah yang efektif mensyaratkan pendekatan holistik yang menghubungkan aspek regulasi, teknologi, perilaku nasabah, manajemen risiko, dan tata kelola syariah secara sinergis dalam menghadapi dinamika sistem keuangan modern.

Namun demikian, evaluasi literatur juga mengungkap adanya sejumlah kesenjangan penelitian yang signifikan. Pertama, kajian yang ada masih cenderung terfragmentasi, dengan fokus terpisah pada inovasi produk, kepatuhan syariah, pemasaran, atau teknologi digital, tanpa kerangka konseptual integratif yang mampu menjelaskan interaksi antardimensi tersebut secara komprehensif. Kedua, keterbatasan studi empiris lintas negara dan lintas segmen nasabah membatasi generalisasi temuan, khususnya dalam konteks perubahan preferensi generasi muda dan perkembangan ekosistem keuangan digital. Ketiga, peran literasi keuangan syariah, kesiapan infrastruktur digital, serta efektivitas tata kelola dan audit syariah dalam mendukung keberhasilan inovasi produk masih relatif

kurang dieksplorasi secara mendalam. Oleh karena itu, topik riset yang mendesak untuk diteliti ke depan mencakup pengembangan kerangka integratif inovasi produk jasa syariah berbasis digital, analisis empiris hubungan antara kepatuhan syariah dan kinerja inovasi, serta studi mengenai peran literasi dan perilaku nasabah dalam memperkuat daya saing bank syariah di era transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aflah, A. F., Silfana, J., Lubis, R. A., & Ikhsan, M. (2026). Tantangan dan solusi dalam manajemen pembiayaan bank syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 738–754. <https://doi.org/10.61722/jiem.v4i1.8320>
- Anadila, K. T., Pancawati, A., & Setiawati, D. (2026). Digitalisasi Ekonomi Syariah di Indonesia: Tantangan Kepatuhan Syariah Dalam Era Financial Technology. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(4), 13276–13283. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4588>
- Aprilya, M. (2026). Strategi pemasaran bank syariah indonesia dalam menghadapi dinamika persaingan industri

- keuangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 296–307.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v4i1.8130>
- Bani, P. (2025). Inovasi Produk Asuransi Syariah : Tinjauan Literatur terhadap Tren Pasar dan Preferensi Konsumen. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(1), 118–138.
<https://doi.org/10.59841/jureksi.v3i1.2341>
- Dewi, S. P., Salim, T. A., & Wibowo, M. P. (2025). Preservasi Pengetahuan di Lembaga Penerbitan : Tinjauan Pustaka Sistematis. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Infomasi Dan Perpustakaan*, 16(2), 86–99.
- Dwi, A. B., & Fasa, M. I. (2024). Transformasi digital era industri 4.0 revolusi layanan yang mengubah lanskap perbankan syariah di indonesia. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik*, 2(3).
- Fathori, F. (2024). Strategi pembiayaan inovatif: meningkatkan akses modal bagi startup dan ukm. *Jurnal Investasi Islam Jurnal Investasi Islam*, 05(1), 583–596.
<https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.185>
- Febryana, N., Ramadhan, S., Imron, I., & Hidayanti, N. F. (2025). Peran dewan pengawas syariah dalam meningkatkan kinerja keuangan bank syariah : sebuah kajian sistematis. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(4), 2418–2425.
<https://doi.org/10.70248/jmie.v2i4.2482>
- Hartono, B. D., Rosidta, A., & Akbar, F. M. A. A. (2025). Strategi manajemen pemasaran syariah dalam meningkatkan daya saing produk halal. *AR RASYIID: Journal of Islamic Studies*, 3(1), 49–58.
<https://doi.org/10.70367/arrasyiid.v3i1.24> STRATEGI
- Kalam, F. A., Kusmantini, T., & Ediningsih, S. I. (2019). Pengaruh berbagi informasi terhadap kualitas produk yang dimediasi oleh keselarasan kualitas: Studi pada Kedai Kopi di Kabupaten Sleman, D. I. Yogyakarta. *Journal of Business and Information Systems*, 1(2), 115–127.
<https://doi.org/10.36067/jbis.v1i2.30>
- Karomah, L., Rosyada, M., & Nugraha, A. A. (2025). Strategi pemasaran bank syariah untuk meningkatkan daya saing usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Sahmiyya*, 4(2), 363–371.
<https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/12674>

- Karso, A. J. (2025). Instrumen Keuangan Syariah Sebagai Solusi Investasi Halal Dalam Perspektif Hukum Islam. *SAINMIKUM : Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Hukum*, 2(4), 318–332. <https://doi.org/10.60126/sainmikum.v2i4.1152>
- Margareta, V. S., Astuti, R. P., & Ali, H. M. (2025). Jurnal Penelitian Nusantara Kontribusi Ekonomi Berbasis Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Era Modern. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(5), 76–83. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i5.233>
- Muchlis, R. (2018). Analisis SWOT Financial Technology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan). *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v1i1.2735>
- Musyarrofah, Q., Masita, M. P., & Susetyo, A. B. (2025). Analisis evolusi produk pembiayaan mudharabah dalam perbankan syariah: studi literatur komprehensif. *Jurnal media akademik (JMA)*, 3(6).
- Nasrullah, N., Adiba, E. M., & Efendi, M. N. (2026). Pengembangan Potensi Pariwisata Halal Pesisir Bangkalan Madura : Identifikasi Peranan Bank Syariah. *Muslim Heritage*, 8(1). <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v8i1.4989>
- Nurkamilia, N., Salman, M., & Junita, A. (2025). MEMILIH PEMBIAYAAN KPR (Studi pada Bank BTN Syariah Langsa). *JURNAL MAHASISWA AKUNTANSI SAMUDRA (JMAS)*, 6(6), 421–437. <https://doi.org/10.33059/jmas.v6i6.12963>
- Nursaman, N., & Syam, S. D. (2025). Transformasi Strategi Marketing Syariah dalam Pengembangan Bisnis Perbankan Syariah Modern. *Journal of Sharia Economics*, 4(September), 139–156. <https://doi.org/10.35878/jiose.v4i2.1808>
- Priyono, A., Setianingrum, A., Rachman, margareta A., Sudirman, S., & Pannen, P. (2025). Sintesis metodologi penelitian kuantitatif dalam kajian informasi : tren , inovasi , dan arah pengembangan di era transformasi digital. *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 13(2), 295–310. <http://dx.doi.org/10.18592/pk.v13i2.17784>

- Putri, M. hayati. (2025). Pengembangan Ekonomi Berbasis Syariah Di Era Globalisasi. *At-Tajir: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2), 74–90.
- 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. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i4.549>
- Rahayu, P. F., Adha, A. N., Morlina, nabilah S., Zakia, Z., Lestari, R., & Maharani, V. (2025). Tantangan dan Peluang Perkembangan Perbankan Syariah Perspektif Global. *Journal Of Economis and Business*, 3(2), 171–177. <https://doi.org/10.61994/econis.v3i2.557>
- Sehabudin, D. (2023). Analisis Faktor Budaya dan Agama dalam Penerimaan Inovasi Produk Perbankan Syariah: Perspektif Masyarakat Urban Dedeng. *Perbankan Syariah*, 1(2). <https://doi.org/10.62070/persya.v1i2.14>
- Siti, R., & Syafi'i, S. (2025). Transformasi Digital Dalam Layanan Keuangan Syari ' ah: Peluang Dan Tantangan Di Era Fintech. *Interdisciplinary Explorations in Research*, 3(2), 763–781. <https://doi.org/10.62976/ierj.v3i2.1332>
- Susanti, I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Garut. *Perbankan Syariah*, 1(2), 38–44. <https://doi.org/10.62070/persya.v1i2.12>
- Uno, M. A., & Sudaryati, E. (2024). Dampak akuntansi syariah terhadap kinerja keuangan pemerintah di negara-negara berkembang. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 9(2), 1–17. <https://doi.org/10.34202/imanensi.9.2.2024.1-11>
- Vitriani, N., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi Green Banking dalam Perbankan Syariah: Tantangan dan Peluang Menuju Keuangan Berkelanjutan. *Revenue : Jurnal Lentera Bisnis Manajemen*, 03(02), 84–91. <https://doi.org/10.59422/lbm.v3i02.830>
- Wahab, A., & Mahdiya, I. (2020). Identifikasi konsep al-‘uqud al-murakkabah dan al-‘uqud al-muta’addidah dalam muamalah kontemporer. *ISLAMADINA: Jurnal Pemikiran Islam*, 21(1), 1–16.

-
- <https://doi.org/10.30595/islamadina.v0i0.5329>
- Wahab, F., & Ihsan, M. (2025). Revolusi digital perbankan syariah : mendorong inovasi keuangan islam di indonesia. *Journal of Islamic Finance and Syariah Banking*, 2(2).
<https://doi.org/10.63321/jifsb.v2i2.74>
- Wahono, R. M., & Masykuroh, E. (2022). Pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap daya saing dengan brand image sebagai variabel intervening pada bank syariah indonesia kantor cabang nganjuk yos. *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, I(2), 156–172.
<https://pdfs.semanticscholar.org/78d6/40c3221551ed47691611b14ea2911206a6d7.pdf>
- Wahyuningrum, S. W., Nabila, M. C., & Rizki, M. N. (2025). Implementasi Ekonomi Syariah dalam Sistem Keuangan Modern: Tantangan, Peluang, dan Dampaknya di Era Digital. *Sanjana: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 07(03), 130–149.
<https://doi.org/10.59636/saujana.v7i3.329>
- Zainarti, Z., Panjaiatan, C. N., Tanjung, D. A. A., & Syahputra, R. A. (2024). Strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (umkm) di daerah tuasan dalam perspektif ekonomi islam untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 473–485.
<https://doi.org/10.61722/jrme.v1i3.1732>.
-