
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING BANK SYARIAH TERHADAP BANK KONVENSIONAL: TINJAUAN LITERATUR

Kharimatus Sholikha¹, Peni Haryanti²

¹² Prodi konomi Islam, Universitas Hasyim Asy'ari

Email: azfiahkarima@gmail.com

Article History:

Received: 2026-02-14, Accepted: 2026-03-03 , Published: 2026-03-31

ABSTRACT

Abstract: Sharia banks in Indonesia face intense competition from conventional banks, especially in the digital era and with changing customer behavior. The advantages of profit-sharing principles and sharia compliance are added values, but product innovation, digital service quality, and public literacy remain challenges. This study aims to identify factors that influence the competitiveness of sharia banks through literature analysis. The study uses a qualitative method with a literature review approach, analyzing various previous studies related to internal and external factors that affect the competitiveness of Islamic banks in Indonesia. The results show that there are five main internal factors that affect the competitiveness of Islamic banks, namely products and services, promotion and education, human resources, technology and infrastructure, as well as structure and operations. In addition, external factors such as macroeconomic conditions, regulations, and supervision by the Sharia Supervisory Board also play a significant role.

Keywords: Islamic Banking, Financial Literacy, Innovation, Islamic Regulations.

ABSTRAK

Bank syariah di Indonesia menghadapi persaingan ketat dengan bank konvensional, terutama di era digital dan perubahan perilaku nasabah. Keunggulan prinsip bagi hasil dan kepatuhan syariah menjadi nilai tambah, namun inovasi produk, kualitas layanan digital, dan literasi masyarakat masih menjadi tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi daya saing bank syariah melalui analisis literatur. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan literature review, dengan menganalisis berbagai penelitian terdahulu terkait faktor internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing bank syariah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima faktor internal utama yang memengaruhi daya saing bank syariah, yaitu produk dan layanan, promosi dan edukasi, sumber daya manusia, teknologi dan infrastruktur, serta struktur dan operasional. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi makroekonomi, regulasi, dan pengawasan Dewan Pengawas Syariah juga berperan

signifikan. Keunggulan produk syariah, kompetensi SDM, literasi nasabah, serta percepatan digitalisasi menjadi determinan penting dalam membentuk posisi kompetitif bank. Peningkatan daya saing bank syariah memerlukan strategi holistik yang mengintegrasikan penguatan faktor internal dan adaptasi terhadap faktor eksternal.

Kata Kunci: Bank Syariah, Literasi Syariah, Inovasi, Regulasi Syariah.

PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah mengalami pertumbuhan signifikan secara global dalam dua dekade terakhir, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim akan pentingnya transaksi keuangan yang sesuai prinsip syariah dan dukungan regulasi yang kondusif (Savitri & Nisa, 2024). Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk pengembangan perbankan syariah. Pemerintah juga telah menunjukkan komitmen kuat melalui berbagai kebijakan, termasuk Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 dan pembentukan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) (Millah *et al.*, 2025).

Namun, terdapat kesenjangan yang signifikan antara potensi dan realitas. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim (lebih dari 87%), pangsa pasar perbankan syariah masih sangat kecil. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa aset perbankan syariah hanya mencapai 7–7,7% dari total aset perbankan nasional pada periode 2023–2024. Fenomena ini menunjukkan bahwa bank syariah belum mampu menembus dominasi perbankan konvensional secara signifikan, meskipun telah beroperasi sejak 1992. Kesenjangan antara potensi pasar dan pencapaian aktual ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai faktor-faktor yang membatasi daya saing bank syariah terhadap bank konvensional. Daya saing merupakan kemampuan suatu entitas untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi pasarnya dalam lingkungan kompetitif (Riezqy & Laksana, 2025).

Dalam konteks perbankan, daya saing dapat dilihat dari berbagai dimensi, termasuk pangsa pasar, profitabilitas, efisiensi operasional, kualitas layanan, inovasi produk, dan kepuasan nasabah. Bank syariah menghadapi tantangan unik karena harus memenuhi prinsip-prinsip syariah sekaligus bersaing dengan bank konvensional yang memiliki fleksibilitas lebih besar dalam pengembangan produk dan operasional. Hambatan dalam

mengonversi potensi besar Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbanyak menjadi realitas pangsa pasar yang dominan sangat dipengaruhi oleh rendahnya pemahaman masyarakat, di mana data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah baru mencapai 43,42%, jauh tertinggal dibandingkan indeks literasi keuangan nasional yang berada di angka 66,46% (Otoritas Jasa Keuangan, 2025). Rendahnya literasi ini berimplikasi langsung pada indeks inklusi keuangan syariah yang hanya sebesar 13,41%, mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat yang memahami prinsip dasar syariah pun belum tentu menggunakan produk perbankan syariah dalam aktivitas ekonomi mereka sehari-hari (Otoritas Jasa Keuangan, 2025).

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi daya saing bank syariah. Dalam era transformasi digital, kualitas layanan digital menjadi semakin penting. Hidayah dan Hamdani, (2024) menemukan bahwa efisiensi, keamanan, dan reliabilitas aplikasi perbankan digital sangat memengaruhi niat nasabah untuk terus menggunakan layanan bank syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Firdaus dan Astuti, (2024) juga menunjukkan bahwa *responsivitas* dan efisiensi digital berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih terbatas pada loyalitas nasabah eksisting dan bersifat kontekstual, sehingga belum menjelaskan bagaimana kualitas layanan digital dapat meningkatkan pangsa pasar relatif terhadap bank konvensional.

Faktor keuangan tradisional juga tetap menjadi determinan penting. Yulistina *et al.*, (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa efisiensi operasional (BOPO), struktur modal, dan ukuran bank berpengaruh terhadap kinerja keuangan bank syariah. Meski demikian, penelitian tersebut belum mengeksplorasi faktor-faktor non-keuangan yang khas dalam perbankan syariah, seperti peran Dewan Pengawas Syariah (DPS), kompleksitas regulasi syariah, dan tingkat literasi syariah. Padahal, faktor-faktor non-keuangan ini berpotensi menjadi hambatan atau pendorong yang sama pentingnya dengan indikator keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Ash-Shiddiqy, (2023) mengungkapkan, perbedaan signifikan antara stabilitas keuangan bank syariah dan bank konvensional, yang dapat memengaruhi persepsi risiko nasabah dan investor. Namun, penelitian tersebut

kurang membahas bagaimana stabilitas tersebut berinteraksi dengan strategi kompetitif seperti inovasi produk, branding, atau program edukasi nasabah.

Berdasarkan tinjauan di atas, dapat diidentifikasi empat kesenjangan penelitian yang signifikan. Pertama, belum ada penelitian yang mengukur bagaimana peningkatan kualitas layanan digital berdampak pada perubahan pangsa pasar bank syariah relatif terhadap bank konvensional. Kedua, kajian yang ada cenderung memisahkan analisis faktor keuangan dan non-keuangan, padahal pemisahan ini berisiko menghasilkan kesimpulan yang parsial dan bias karena gagal menangkap sinergi antara kesehatan finansial dengan nilai-nilai etika serta reputasi yang menjadi pondasi utama perbankan syariah. Tanpa integrasi kedua aspek tersebut, strategi peningkatan daya saing akan kehilangan relevansi praktisnya karena faktor keuangan saja tidak cukup untuk menjaga loyalitas nasabah syariah, sementara faktor non-keuangan tanpa dukungan efisiensi finansial akan menghambat keberlanjutan institusi dalam jangka panjang. Untuk menjembatani kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan melakukan tinjauan literatur sistematis guna: (1) mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi daya saing bank syariah; (2) menganalisis keterkaitan faktor keuangan dan non-keuangan dalam membentuk keunggulan kompetitif; (3) mengevaluasi dampak dinamika makroekonomi terhadap posisi kompetitif bank syariah. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman komprehensif tentang tantangan dan peluang yang dihadapi bank syariah dalam meningkatkan daya saingnya, serta memberikan rekomendasi bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan di industri perbankan syariah Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan tinjauan literatur (*literature review*) untuk menelaah berbagai studi yang telah dipublikasikan mengenai daya saing bank syariah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam temuan-temuan dari berbagai penelitian terdahulu, mengidentifikasi pola yang muncul, serta menemukan kesenjangan pengetahuan yang belum dikaji dalam konteks persaingan antara bank syariah dan bank konvensional di Indonesia (Fauji *et al.*, 2021).

Literatur yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini bersumber dari publikasi

ilmiah seperti artikel jurnal, paper konferensi, dan laporan penelitian yang tersedia di berbagai platform akademik. Penelusuran dilakukan melalui database seperti Google Scholar, Science Direct, Emerald, dan Portal Garuda dengan menargetkan publikasi yang diterbitkan antara tahun 2020 hingga 2025. Pembatasan rentang waktu ini dilakukan untuk memastikan bahwa analisis didasarkan pada temuan-temuan terkini yang mencerminkan kondisi dan dinamika terbaru dalam industri perbankan syariah. Sebagai pelengkap, data dari publikasi resmi institusi seperti OJK dan Bank Indonesia turut dirujuk untuk memberikan konteks empiris yang lebih kuat.

Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, yaitu dengan mengelompokkan temuan-temuan dari literatur ke dalam beberapa dimensi utama yang memengaruhi daya saing (Erizona & Frinaldi, 2024). Dimensi-dimensi tersebut antara lain aspek keuangan internal seperti efisiensi dan profitabilitas, aspek inovasi layanan digital, aspek kepatuhan regulasi syariah dan peran Dewan Pengawas Syariah, aspek kapasitas sumber daya manusia, serta aspek-aspek eksternal seperti kondisi ekonomi makro dan tingkat literasi masyarakat terhadap produk syariah. Analisis deskriptif ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dan menjelaskan secara sistematis bagaimana setiap faktor berkontribusi terhadap daya saing bank syariah, serta mengidentifikasi di mana konsensus terbentuk, di mana terdapat perbedaan pandangan, dan yang paling penting, di mana masih terdapat ruang kosong yang membutuhkan penelitian lebih lanjut.

Melalui tinjauan komprehensif ini, penelitian diharapkan dapat menyajikan gambaran yang utuh mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi bank syariah dalam meningkatkan daya saingnya. Hasil analisis juga diharapkan dapat memberikan arahan bagi penelitian-penelitian selanjutnya serta menjadi rujukan praktis bagi para pelaku industri dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk memperkuat posisi bank syariah di pasar perbankan nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbankan merupakan salah satu pilar penting dalam sistem keuangan modern. Sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank tidak hanya berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana, tetapi juga menyediakan berbagai layanan yang mendukung aktivitas

ekonomi masyarakat (Dalimunthe & Lubis, 2023). Di era digital saat ini, fungsi perbankan semakin berkembang, mulai dari penyimpanan dana, transfer, pembayaran tagihan, hingga layanan transaksi elektronik yang tidak lagi dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kepraktisan dan kemudahan yang ditawarkan membuat peran bank semakin strategis dalam memperlancar arus keuangan dan mendukung stabilitas ekonomi nasional.

Di antara lembaga keuangan yang berkembang di Indonesia, bank syariah memiliki karakteristik tersendiri karena beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Sistem ini menekankan nilai keadilan, keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), dan universalisme (*alamiyah*), serta menolak praktik *riba*, *gharar*, *maysir*, dan transaksi terhadap objek yang zalim dan haram (Sulistiyowati *et al.*, 2021). Prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan utama dalam penyusunan kontrak, operasional, serta mekanisme produk perbankan syariah sebagaimana diatur dalam fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Meskipun memiliki landasan nilai yang kuat dan pangsa pasar yang terus meningkat, bank syariah masih menghadapi persaingan ketat dengan bank konvensional (Yudi *et al.*, 2024). Persaingan antara bank syariah dan bank konvensional di Indonesia semakin kompleks seiring dengan transformasi digital yang melanda industri keuangan. Perubahan perilaku nasabah yang semakin mengutamakan kemudahan akses, kecepatan layanan, dan pengalaman digital yang mulus telah mengubah lanskap kompetisi perbankan secara fundamental. Bank syariah, yang harus memenuhi prinsip-prinsip syariah sekaligus bersaing dengan bank konvensional yang memiliki sumber daya dan jaringan lebih besar, menghadapi tantangan berlapis dalam mempertahankan dan meningkatkan posisi kompetitifnya. Di tengah dinamika ini, berbagai penelitian telah dilakukan untuk memahami faktor-faktor apa saja yang sesungguhnya menentukan daya saing bank syariah.

Temuan dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi daya saing dapat dikelompokkan ke dalam lima kategori utama, yaitu faktor produk dan layanan, promosi dan edukasi, sumber daya manusia, teknologi dan infrastruktur, dan struktur dan operasional. Setiap kategori memiliki peran yang berbeda namun saling melengkapi dalam membentuk keunggulan kompetitif bank syariah. Pembahasan berikut menyajikan analisis mendalam terhadap setiap kategori, menelaah

kesamaan dan perbedaan temuan antar penelitian, serta menyoroti aspek-aspek yang belum banyak dikaji dalam konteks persaingan antara bank syariah dan bank konvensional:

1. Faktor Produk dan Layanan

Dalam konteks daya saing bank syariah, produk dan layanan tidak hanya bergantung pada keberagaman akad, tetapi juga pada seberapa cepat bank syariah mampu menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang terus berubah (Sartiyah *et al.*, 2025). Literatur menunjukkan bahwa produk syariah sering kali kurang kompetitif, terutama dari sisi fitur, kecepatan inovasi, dan *perceived benefit* dibandingkan produk konvensional. Hal ini terlihat jelas pada instrumen kartu kredit syariah yang sering dianggap kurang kompetitif karena keterbatasan fitur *reward* dan jaringan kerja sama internasional dibandingkan kartu kredit konvensional, serta pada produk derivatif syariah untuk mitigasi risiko (*hedging*) yang proses transaksinya jauh lebih kompleks dan pilihan instrumennya lebih terbatas dibandingkan produk serupa di bank konvensional. Hambatan inovasi ini umumnya berasal dari proses fatwa dan persetujuan DPS yang relatif lebih panjang dibandingkan proses inovasi produk konvensional (Ritonga *et al.*, 2025).

Di sisi lain, layanan digital (*M-Banking, customer service online*) menjadi titik pembeda yang semakin krusial. Namun, di sisi lain banyak penelitian juga menunjukkan bahwa prinsip bagi hasil, risiko yang lebih adil, serta struktur pembiayaan syariah mampu menarik nasabah yang sensitif terhadap aspek kehalalan dan stabilitas. Keunggulan ini terlihat terutama pada masa pandemi, ketika model syariah terbukti lebih tahan terhadap shock eksternal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk syariah memiliki nilai keunggulan intrinsik, tetapi daya saingnya bergantung pada kecepatan inovasi dan kemampuan menyesuaikan diri dengan preferensi pasar modern.

2. Faktor Promosi dan Edukasi

Tingkat literasi keuangan syariah yang masih rendah menjadi salah satu faktor penyebab mengapa bank syariah belum mampu bersaing secara optimal (Alfan, 2024). Di berbagai daerah, masyarakat sebenarnya memiliki ketertarikan terhadap konsep syariah, namun pengetahuan mengenai cara kerja produk, baik berupa skema pembiayaan maupun pembagian keuntungan masih terbatas. Situasi ini membuat

sebagian calon nasabah merasa kurang percaya diri ketika berhadapan dengan pilihan layanan keuangan berbasis syariah. Sebaliknya, layanan konvensional lebih mudah diterima karena sudah lama dikenal dan mekanismenya dianggap sederhana. Familiaritas ini menjadikan bank konvensional terlihat lebih unggul di mata masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kekuatan daya saing bank syariah sangat dipengaruhi oleh sejauh mana masyarakat memahami perbedaan, manfaat, dan karakteristik produk syariah.

3. Faktor Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia memiliki peran penting dalam menentukan daya saing bank syariah. Kemampuan pegawai dalam memahami konsep, akad, dan karakter produk syariah sangat berpengaruh terhadap kualitas layanan yang diberikan (Farah, 2017). Di beberapa kondisi, petugas *frontliner* maupun staf pemasaran masih belum sepenuhnya menguasai perbedaan teknis antara produk syariah dan konvensional. Untuk mengatasi kendala profesionalisme ini, literatur menekankan pentingnya sertifikasi kompetensi perbankan syariah sebagai instrumen standarisasi kualitas sumber daya manusia. Sertifikasi kompetensi tidak hanya berfungsi sebagai pengakuan formal atas keahlian teknis, tetapi juga memastikan bahwa praktisi memiliki pemahaman mendalam terhadap aspek kepatuhan syariah (*sharia compliance*) yang terintegrasi dengan keterampilan operasional perbankan (Hidayat & Pratama, 2024).

Implementasi sertifikasi yang terstruktur terbukti efektif dalam meminimalisir kesalahan penjelasan produk kepada nasabah, sehingga mampu membangun kepercayaan publik dan memperkuat daya saing institusi melalui peningkatan kapabilitas SDM yang tersertifikasi secara nasional maupun internasional (Fauzi & Nugroho, 2023). Akibatnya, hal tersebut berdampak pada informasi yang disampaikan kepada nasabah sering kali terbatas atau tidak cukup meyakinkan. Keterbatasan kompetensi seperti ini membuat proses komunikasi produk menjadi kurang efektif. Calon nasabah yang sebenarnya tertarik dengan layanan syariah bisa merasa ragu karena penjelasan yang diberikan tidak membantu mereka memahami manfaat dan mekanisme produk secara jelas. Selain itu, rendahnya kemampuan analisis dan pemetaan kebutuhan nasabah juga menghambat bank syariah untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Situasi tersebut menegaskan bahwa penguatan SDM tidak cukup hanya berfokus pada peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga harus mencakup pendalaman terhadap prinsip-prinsip syariah serta penguatan keterampilan pelayanan. Bank syariah yang secara konsisten menyelenggarakan program pelatihan dan peningkatan literasi internal cenderung memiliki kesiapan bersaing yang lebih baik. Hal ini tercermin dari kemampuan pegawai dalam memberikan penjelasan yang akurat, pelayanan yang lebih meyakinkan, dan interaksi yang profesional kepada nasabah, sehingga kepercayaan dan minat masyarakat terhadap layanan syariah dapat meningkat.

4. Faktor Teknologi dan Infrastruktur

Perkembangan teknologi digital menjadi salah satu penentu utama daya saing perbankan modern (Lestari & Fasa, 2025). Dalam konteks ini, bank syariah masih berada pada fase peningkatan dan penyesuaian, sementara banyak bank konvensional telah mencapai tahap integrasi digital yang lebih matang. Perbedaan ini tampak dari kualitas layanan seperti *mobile banking*, kecepatan proses transaksi, kemudahan pembukaan rekening secara daring, serta kemampuan sistem untuk terintegrasi dengan layanan fintech. Di berbagai temuan, performa digital bank syariah dinilai sudah memadai, namun stabilitas aplikasi, kelengkapan fitur, dan pengalaman pengguna masih belum berada pada tingkat yang sama dengan layanan digital bank konvensional.

Meskipun demikian, perkembangan terbaru menunjukkan adanya upaya perbaikan yang cukup signifikan melalui adopsi teknologi finansial. Strategi percepatan yang kini menjadi fokus utama adalah pemanfaatan ekosistem *Open Banking* dan kolaborasi strategis dengan *Fintech* Syariah untuk mengejar ketertinggalan dari bank konvensional. Melalui *Application Programming Interface* (API) yang terbuka, bank syariah dapat memperluas jangkauan layanan digitalnya secara efisien tanpa harus membangun infrastruktur dari nol, sekaligus meningkatkan inklusi keuangan melalui integrasi dengan platform pembayaran, pembiayaan P2P *lending* syariah, dan *marketplace* halal (Ramadhan & Saputra, 2024). Sinergi ini memungkinkan bank syariah untuk menawarkan produk yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan nasabah generasi digital, sehingga mampu meminimalisir hambatan inovasi dan memperkuat posisi kompetitifnya dalam ekosistem keuangan digital yang semakin dinamis

(Zulkarnain, 2025).

Investasi teknologi dilakukan melalui peningkatan *infrastruktur M-banking*, pemanfaatan *platform e-learning* untuk penguatan kompetensi SDM, serta kerja sama dengan berbagai penyedia layanan fintech berbasis syariah. Percepatan digitalisasi ini memberikan indikasi positif terhadap penguatan daya saing, terutama karena preferensi masyarakat saat ini sangat dipengaruhi oleh aspek kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan layanan digital. Jika peningkatan kualitas teknologi terus berjalan secara konsisten, bank syariah memiliki peluang besar untuk menutup kesenjangan dan memperkuat posisinya dalam persaingan industri perbankan.

5. Faktor Struktural dan Operasional

Struktur kelembagaan bank syariah memiliki pengaruh besar terhadap daya saing, terutama karena model bisnisnya berbeda dari bank konvensional. Skala usaha yang relatif lebih kecil, jaringan kantor yang lebih terbatas, serta pangsa pasar yang masih berkembang membuat ruang gerak bank syariah tidak selalu seimbang dalam menghadapi kompetisi (Syarifudin *et al.*, 2022). Kondisi ini berdampak pada biaya operasional yang cenderung lebih tinggi dan efisiensi yang belum merata antar lembaga. Guna mengatasi hambatan tersebut, literatur menunjukkan bahwa konsolidasi perbankan melalui aksi penggabungan atau merger menjadi strategi krusial untuk mencapai skala ekonomi (*economies of scale*) yang lebih optimal. Sebagaimana tercermin dalam kasus terbentuknya Bank Syariah Indonesia (BSI), penggabungan kekuatan aset dan infrastruktur memungkinkan bank untuk melakukan efisiensi biaya operasional melalui sentralisasi sistem TI, optimalisasi jaringan kantor cabang, dan penurunan biaya dana (*cost of fund*) (Nasution & Hakim, 2024). Dengan skala usaha yang lebih besar, bank hasil merger memiliki kapasitas permodalan yang lebih kuat untuk mendanai proyek-proyek skala besar serta meningkatkan kemampuan inovasi digital dengan biaya per unit yang lebih rendah, sehingga secara kolektif meningkatkan efisiensi dan daya saing industri perbankan syariah terhadap bank konvensional (Sari & Wijaya, 2025). Bank konvensional, dengan jaringan yang lebih luas dan aset yang lebih besar, memiliki kemampuan untuk menekan biaya operasional melalui skala ekonomi yang tidak dimiliki sebagian bank syariah.

Selain skala usaha, struktur pendanaan juga menjadi tantangan tersendiri. Ketergantungan pada dana pihak ketiga berbasis tabungan dan deposito menyebabkan bank syariah menghadapi keterbatasan dalam diversifikasi sumber dana. Sementara itu, model akad bagi hasil menuntut proses pengelolaan risiko yang lebih kompleks dibandingkan sistem bunga pada bank konvensional. Kompleksitas ini sering kali membuat proses operasional lebih panjang dan memerlukan pengawasan syariah yang ketat, sehingga memengaruhi kecepatan pengambilan keputusan serta ketepatan eksekusi produk.

Di sisi lain, beberapa bank syariah mulai menunjukkan perbaikan struktur operasional melalui modernisasi sistem informasi, penyederhanaan alur kerja, dan peningkatan manajemen risiko. Perbaikan ini berpotensi mengurangi beban operasional dan meningkatkan efisiensi. Namun, dampak peningkatan tersebut masih belum merata di seluruh lembaga, terutama pada bank syariah yang skala asetnya lebih kecil. Upaya perbaikan struktur organisasi, peningkatan tata kelola, dan penguatan model operasional yang lebih adaptif menjadi langkah penting agar bank syariah dapat mencapai posisi kompetitif yang lebih kuat di tengah dominasi bank konvensional. Kelima faktor yang telah dibahas sebelumnya merupakan faktor internal yang dapat dikendalikan oleh manajemen bank syariah untuk meningkatkan daya saing. Faktor-faktor ini mencerminkan kapasitas institusi dalam mengelola sumber daya, mengembangkan inovasi produk, meningkatkan kualitas layanan, serta memastikan efisiensi operasional yang mendukung posisi kompetitif bank di pasar.

Selain faktor internal, faktor eksternal seperti kondisi makroekonomi, kebijakan pemerintah, dan dinamika pasar memiliki pengaruh signifikan terhadap daya saing bank syariah (Sihombing *et al.*, 2025). Perubahan tingkat pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan suku bunga dapat memengaruhi permintaan nasabah terhadap produk pembiayaan syariah serta stabilitas likuiditas bank. Misalnya, selama pandemi COVID-19, bank syariah menunjukkan kemampuan adaptasi yang relatif lebih baik dibandingkan bank konvensional karena prinsip bagi hasil menyesuaikan pendapatan dengan risiko dan biaya, sehingga profitabilitas dan kualitas pembiayaan tetap terjaga meski kondisi ekonomi menurun. Selain itu, kebijakan regulator, seperti peraturan OJK mengenai tata

kelola bank syariah dan persetujuan produk baru melalui Dewan Pengawas Syariah, turut membentuk kesempatan dan batasan operasional yang dapat memengaruhi posisi kompetitif bank. Dengan demikian, evaluasi faktor eksternal menjadi penting untuk memahami bagaimana bank syariah dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di tengah fluktuasi ekonomi dan dinamika pasar yang terus berubah.

PENUTUP

Daya saing bank syariah terbentuk dari kombinasi faktor internal dan eksternal yang saling terkait. Faktor internal, mencakup produk dan layanan, promosi dan edukasi, kualitas sumber daya manusia, teknologi dan infrastruktur, serta struktur dan operasional, menjadi fondasi bagi bank dalam menyediakan layanan yang inovatif, profesional, dan sesuai prinsip syariah. Sementara itu, faktor eksternal seperti dinamika makroekonomi, kebijakan regulator, dan kondisi pasar menuntut kemampuan adaptasi dan respons yang cepat agar bank syariah mampu mempertahankan posisi kompetitifnya. Keunggulan prinsip bagi hasil, yang menyesuaikan pendapatan dengan risiko, terbukti memberikan ketahanan dalam menghadapi guncangan ekonomi, seperti pandemi, sehingga menjadi salah satu keunggulan kompetitif dibandingkan bank konvensional. Implikasi praktis dari temuan ini menekankan pentingnya strategi terpadu yang mengoptimalkan internal bank, memperkuat literasi dan kompetensi SDM, mempercepat transformasi digital, serta menyesuaikan operasional dengan regulasi dan kondisi pasar. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengeksplorasi hubungan kausal antara faktor internal dan eksternal, serta dampak inovasi digital dan perubahan ekonomi terhadap kinerja bank syariah, untuk memberikan panduan strategis yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfan, U. (2024). *Analisis tingkat literasi produk bank syariah pada masyarakat kecamatan kauman kabupaten ponorogo skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Alwahidin, A., Wahid Mongkito, A., & Ahmad, A. (2021). Pengaruh Reputasi Bank dan Etika karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 8(2), 189–219. <https://doi.org/10.58518/madinah.v8i2.1347>

- Ash-Shiddiqy, M. (2023). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah dan Bank Konvensional. *RISALAH IQTISADIIYAH: Journal of Sharia Economics*, 2(2), 18–25. <https://doi.org/10.59107/ri.v2i2.45>
- Aslamiyah, F., Windarti, R. A., Farleni, S., & Sanjaya, V. F. (2024). Pendekatan resource-based view (rbv) dalam manajemen bisnis: strategi untuk keunggulan. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 176–183.
- Ayunda, L. G. (2025). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Efisiensi Proses Bisnis di Sektor Perbankan. *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 3(1), 41–50.
- Dalimunthe, N., & Lubis, N. K. (2023). Peran Lembaga Perbankan terhadap Pembangunan Ekonomi: Fungsi dan Tujuannya dalam Menyokong Ketenagakerjaan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(30), 956–963. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/20997%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/20997/7132>
- Daulay, M., Puteri, H. E., Baskara, R. T., & Zai, J. (2023). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia dengan Model Value Added Intellectual Capital (VAIC) Periode 2016-2020. In *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* (Vol. 9, Issue 3, p. 4373). <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9803>
- Erizona, W., & Frinaldi, A. (2024). Konsep Kewenangan Dalam Meningkatkan Efektivitas Pengelolaan Di Perguruan Tinggi: Kajian Literatur. *Desember*, 2, 522–525.
- Farah. (2017). *Pengetahuan Produk dan Akad Syariah Pada Karyawan Bank BCA Syariah Pusat* (Vol. 13, Issue 3) [Universitas Negeri Syarif Hidayatullah]. [file:///C:/Users/user/Downloads/Pedoman AUTP 2017.pdf%0D](file:///C:/Users/user/Downloads/Pedoman%20AUTP%202017.pdf)
- Fauji, D. A. S., Puspasari, I. D., Aisyah, E. N., Rahadjeng, E. R., Saptaria, L., Rahman, F., Nurjannah, D., Mahmud, Subhan, E. S., Arisman, & Utami, B. (2021). Analisis Data Penelitian Manajemen: Studi Fokus Analisis Kualitatif. In *Fakultas Ekonomi Universitas Nusantra PGRI Kediri*.
- Fauzi, M. R., & Nugroho, A. (2023). *Standardisasi Kompetensi SDM Perbankan Syariah di Era Digital*. Jakarta: Pustaka Akademika.
- Firdaus, R. A., & Astuti, B. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(4), 765–769. <https://doi.org/10.37034/inf.v6i4.983>
- Hidayah, N., & Hamdani, M. F. (2024). Faktor – Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah Bank dalam Pemanfaatan Layanan Mobile Banking di PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan,*

Ekonomi, Humaniora, 11(1), 1–12.
<https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v11i1.3101>

- Hidayat, S., & Pratama, R. (2024). Peran Sertifikasi Profesi dalam Meningkatkan Kepatuhan Syariah dan Profesionalisme Bankir. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 12(1), 45-62.
- Lestari, P. A., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi Digital Banking : Manfaat Dan Risiko Transaksi Online Modern (Internet Banking Dan Mobile Banking) Transformasi Digital Banking : Manfaat Dan Risiko Transaksi Online Modern (Internet Banking Dan Mobile Banking). *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 3(4), 2–14.
- Millah, H., Najiyah, S., & Novitasari, K. (2025). Strategi Pengembangan Ekonomi Syariah di Indonesia menjadi Pusat Ekonomi Syariah Dunia. *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS)*, 3(1), 28–37.
<https://doi.org/10.56855/analysis.v3i1.1263>
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Nasution, H., & Hakim, L. (2024). Analisis Efisiensi dan Skala Ekonomi Pasca Merger Bank Syariah Milik Negara. *Riset Keuangan Kontemporer*, 6(2), 112-128.
- Nupurmasiyah. (2022). *Penerapan Strategi Generik Michael E Porter Pada Pengembangan Produk Furniture CV CIPTA GRAHA PROBOLINGGO*. Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Laporan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. Jakarta: Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan.
- Riezqy, A. F., & Laksana, A. djati. (2025). Peran Digitalisasi Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kelurahan Grendeng. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 8(6), 127–133.
- Ramadhan, I., & Saputra, D. (2024). *Open Banking dan Masa Depan Ekosistem Digital Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Ritonga, J. S., Devi, S. R., Siregar, I., & ... (2025). Implementasi Fatwa Dsn-Mui Dalam Produk Perbankan Syariah: Antara Kepatuhan Dan Tantangan. *Jurnal Pendidikan Bahasa Motivasi Harapan*, 05(1).
- Sari, D. P., & Wijaya, K. (2025). Strategi Konsolidasi Perbankan: Menuju Efisiensi Operasional dan Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Manajemen Keuangan dan Perbankan*, 15(1), 88-105.
- Sartiyah, Sugito, A., & Mulyani, S. (2025). Tantangan Bank Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing di Tengah Persaingan Bank Konvensional. *Tamwil: Jurnal Manajemen Keuangan*, 2(1), 1–7.

- Savitri, N. A. W., & Nisa, F. L. (2024). Perkembangan Industri Ekonomi Syariah Indonesia Diera Digital: Analisis Peluang dan Tantangan. *Economic and Business Management International*, 6(2), 2715–3681.
- Septia Wati, E., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 53–62. www.scholar.google.com
- Sihombing, A. H., Armayani, R. R., & Hasibuan, F. H. (2025). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Umkm) Syari ` Ah di Indonesia. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 02(June), 732–736.
- Sulistiyowati, Nissa, izzun khiron, Nur, mohammad taufik, & Rasmiaty, M. (2021). *Teori Ekonomi Syariah* (R. Santoso (ed.)). Tahta Media Group.
- Syarifudin, E., Nurcahyani, A., & Nani. (2022). Efficiency of Islamic Banks in Indonesia: Service Coverage, Business Size, Financing and Profitability During a Pandemic. *Journal Of Finance and Islamic Banking*, 5(August 2021), 1–9.
- Wati, L., Mukhsin, M., & Fatoni, A. (2025). Pengaruh Pembiayaan Bermasalah, Kecukupan Likuiditas, Dan Kecukupan Modal Terhadap Profitabilitas Bank mum Syariah Dengan Efisiensi Biaya Operasional Sebagai Variabel Intervening Periode 2019-2024. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204), 2952–2991. <https://doi.org/DOI>: <https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.27637>
- Yudi, Nurnasrina, & Bte, N. F. (2024). Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(4), 1. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/856>
- Yulistina, Y., Anwar, A., & Desmon, D. (2024). Pengaruh BOPO Dan FDR Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Di Indonesia Yang Terdaftar Pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 56. <https://doi.org/10.36448/jmb.v14i2.3742>
- Zulkarnain, M. (2025). Kolaborasi Fintech dan Perbankan Syariah: Akselerasi Inovasi di Pasar Muslim Modern. *Proceeding of Sharia Economic Forum*, 9(3), 201-215.