



Pengaruh Pengembangan Produk Syariah Terhadap Daya Saing Bank Syariah Di Indonesia

The Impact of Sharia Product Development on the Competitiveness of Sharia Banks in Indonesia

Dewarni Siregar

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: dewarnisiregar2@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 26-12-2025

Revised : 28-12-2025

Accepted : 30-12-2025

Published : 03-01-2026

Abstract

This study aims to analyze the influence of sharia product development on increasing the competitiveness of sharia banks through a literature study approach. The method used is library research, namely by reviewing various journals, books, and relevant scientific publications regarding product innovation, sharia marketing strategies, and factors influencing the competitiveness of the sharia banking industry. The results of the literature review indicate that sharia product development plays a significant role in increasing the competitiveness of sharia banks, primarily through increasing added value for customers, product differentiation, meeting market needs, and the bank's ability to adapt to technological developments and customer preferences. In addition, innovation in sharia financing, funding, and service products contributes significantly to the company's image and customer loyalty. This study confirms that the success of sharia banks in maintaining and expanding market share is highly dependent on a sustainable product development strategy that is in accordance with sharia principles and relevant to the dynamics of the modern financial industry.

Keywords: *Sharia product development, competitiveness, Islamic banks*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengembangan produk syariah terhadap peningkatan daya saing bank syariah melalui pendekatan studi literatur. Metode yang digunakan adalah library research, yaitu dengan menelaah berbagai jurnal, buku, dan publikasi ilmiah yang relevan mengenai inovasi produk, strategi pemasaran syariah, serta faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing industri perbankan syariah. Hasil telaah literatur menunjukkan bahwa pengembangan produk syariah memiliki peran signifikan dalam meningkatkan daya saing bank syariah, terutama melalui peningkatan nilai tambah bagi nasabah, diferensiasi produk, pemenuhan kebutuhan pasar, serta kemampuan bank untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan preferensi nasabah. Selain itu, inovasi pada produk pembiayaan, pendanaan, dan jasa layanan syariah memberikan kontribusi besar terhadap citra perusahaan dan loyalitas nasabah. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan bank syariah dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar sangat bergantung pada strategi pengembangan produk yang berkelanjutan, sesuai prinsip syariah, serta relevan dengan dinamika industri keuangan modern.

Kata Kunci : Pengembangan produk syariah, daya saing, bank syariah

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam dua dekade terakhir. Pertumbuhan tersebut tidak hanya didorong oleh



meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip ekonomi Islam, tetapi juga oleh persaingan yang semakin kompetitif di sektor keuangan. Dalam menghadapi industri yang terus berkembang, bank syariah dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing melalui beragam strategi, salah satunya adalah pengembangan produk syariah yang inovatif dan sesuai kebutuhan pasar. Produk syariah yang beragam, berkualitas, dan relevan menjadi faktor penting bagi bank syariah untuk menarik minat nasabah, meningkatkan kepuasan, serta membangun loyalitas dalam jangka panjang.

Pengembangan produk dalam perbankan syariah mencakup inovasi pada produk pendanaan, pembiayaan, serta layanan jasa yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Inovasi ini bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi nasabah sekaligus membedakan bank syariah dari pesaing, baik dari sesama lembaga syariah maupun bank konvensional. Di tengah kemajuan teknologi dan perubahan preferensi masyarakat, bank syariah perlu mengembangkan produk yang lebih fleksibel, digital-friendly, dan kompetitif agar mampu mempertahankan pangsa pasar serta meningkatkan daya saingnya.

Daya saing bank syariah pada era modern tidak hanya ditentukan oleh kepatuhan terhadap syariah, tetapi juga oleh kemampuannya dalam merespons dinamika pasar melalui produk yang inovatif, mudah diakses, dan memberikan manfaat nyata bagi nasabah. Ketika produk syariah dikembangkan secara tepat, hal ini berpotensi meningkatkan citra bank, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong pertumbuhan kinerja keuangan. Sebaliknya, kurangnya inovasi produk dapat menyebabkan bank syariah tertinggal dalam persaingan, terutama dengan pesatnya perkembangan teknologi keuangan dan munculnya fintech syariah.

Oleh karena itu, analisis mengenai pengaruh pengembangan produk syariah terhadap daya saing bank syariah menjadi penting untuk dikaji. Dengan memahami hubungan tersebut, bank syariah dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi kompetisi dan meningkatkan kontribusinya terhadap industri keuangan nasional. Pendahuluan ini menjadi dasar untuk menelaah bagaimana pengembangan produk syariah dapat menjadi salah satu kunci utama dalam memperkuat posisi bank syariah di tengah persaingan global yang semakin ketat.

KAJIAN TEORI

Pengertian Pengembangan Produk Syariah

Pengembangan produk syariah adalah proses merancang, memodifikasi, dan meluncurkan produk keuangan (pembiayaan, pendanaan, jasa) yang memenuhi prinsip-prinsip syariah serta kebutuhan pasar. Dalam konteks Lembaga Keuangan Islam (IFIs), pengembangan produk meliputi aspek desain kontrak (mis. mudharabah, musyarakah, murabahah), kepatuhan syariah, inovasi fitur layanan (digitalisasi, kemudahan akses), dan penyesuaian terhadap segmen pasar (UMKM, ritel, korporasi). Studi empiris terbaru menunjukkan praktik pengembangan produk di bank/IFIs melibatkan validasi syariah, uji pasar, dan adaptasi teknologi untuk meningkatkan relevansi produk.

Daya Saing

Daya saing organisasi merujuk kemampuan mempertahankan atau memperoleh posisi yang lebih baik di pasar dibanding pesaing, biasanya melalui keunggulan biaya atau diferensiasi. Porter menjelaskan bahwa strategi kompetitif bisa dicapai lewat cost leadership, differentiation, atau focus, serta melalui analisis rantai nilai yang menempatkan inovasi produk dan layanan sebagai



sumber keunggulan. Dalam konteks perbankan syariah, produk yang berbeda (misalnya struktur bagi hasil unik, fitur digital syariah) dapat menjadi sumber diferensiasi yang meningkatkan daya tarik nasabah.

Teori Sumber Daya

RBV menyatakan bahwa sumber daya dan kapabilitas internal yang *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-substitutable* (VRIN) menjadi dasar keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Untuk bank syariah, kapabilitas seperti keahlian dalam desain produk syariah, reputasi kepatuhan fatwa, jaringan ulama/syariah board, dan kapabilitas teknologi menjadi sumber daya strategis yang membuat inovasi produk sulit ditiru pesaing. Dengan demikian, pengembangan produk yang memanfaatkan kapabilitas internal dapat memperkuat posisi kompetitif bank.

Maqāsid Al-Shariah sebagai Landasan Normatif Produk Syariah

Pengembangan produk syariah tidak hanya mempertimbangkan aspek teknis dan komersial, tetapi juga tujuan syariah, *maqāsid al-sharī'ah* (tercapainya kemaslahatan: *hifzh al-dīn*, *hifzh al-nafs*, *hifzh al-'aql*, *hifzh al-nasl*, *hifzh al-māl*). Produk yang dirancang sesuai *maqāsid* dapat meningkatkan legitimasi syariah, kepercayaan nasabah, dan citra institusi, faktor penting dalam daya saing lembaga keuangan Islam. Literatur menunjukkan relevansi *maqāsid* dalam merumuskan produk yang adil, inklusif, dan berkelanjutan.

Mekanisme Pengaruh Pengemangan Produk terhadap Daya Saing

Berdasarkan kombinasi teori di atas, ada beberapa mekanisme utama bagaimana pengembangan produk syariah meningkatkan daya saing bank syariah:

- a. Diferensiasi Produk, keunggulan bersaing produk unik (misal skema bagi hasil inovatif, pembiayaan mikro PLS) menciptakan proposisi nilai yang membedakan bank dari pesaing sehingga menarik segmen nasabah tertentu (Porter).
- b. Peningkatan Nilai bagi Nasabah (Value Creation), fitur yang memenuhi kebutuhan nyata nasabah (kemudahan, transparansi, aspek syariah) meningkatkan kepuasan dan loyalitas, berdampak pada retensi dan pertumbuhan pangsa pasar. (penemuan literatur tentang hubungan inovasi produk dan loyalitas nasabah).
- c. Pemanfaatan Kapabilitas Internal (RBV), bank yang memiliki sumber daya unik (tim syariah kompeten, teknologi, data nasabah) dapat merancang produk yang sulit ditiru, sehingga mempertahankan keunggulan jangka panjang.
- d. Adaptabilitas dan *Dynamic Capabilities*, kemampuan untuk cepat menyesuaikan produk terhadap perubahan regulasi, teknologi (*fintech*), dan preferensi konsumen meningkatkan kelincihan kompetitif bank syariah. Studi menunjukkan digitalisasi dan integrasi *fintech* mempercepat penerimaan produk baru.
- e. Legitimasi Syariah dan Kepercayaan, kepatuhan pada *maqāsid* dan fatwa syariah memperkuat legitimasi produk sehingga menambah kepercayaan (*trust*) nasabah muslim, ini adalah aset reputasi yang mempengaruhi pilihan nasabah dan daya saing.



Mekanisme Pengaruh

Pengembangan produk syariah memengaruhi daya saing melalui beberapa jalur logis:

1. Diferensiasi Produk, produk unik/terintegrasi nilai syariah memberi pembeda terhadap pesaing, mempermudah penetapan posisi pasar (positioning).
2. Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Nasabah, produk yang memenuhi kebutuhan religius dan fungsional meningkatkan kepuasan, memperpanjang retensi, dan menurunkan churn.
3. Perluasan Segmen Pasar, inovasi (misal produk untuk UMKM, pembiayaan digital, produk investasi syariah) membuka pasar baru dan meningkatkan pangsa pasar.
4. Efisiensi Operasional & Skala, produk yang digabungkan dengan digitalisasi/automasi menurunkan biaya transaksi dan mempercepat pelayanan, meningkatkan profitabilitas relatif terhadap kompetitor.
5. Reputasi dan Kepercayaan, kepatuhan syariah dan kualitas produk memperkuat citra bank sebagai lembaga terpercaya, memperkuat daya tarik nasabah baru.
6. Manajemen Risiko yang Lebih Baik, produk yang dirancang dengan mekanisme pembagian risiko (misal musyarakah) dan pengawasan syariah dapat menurunkan risiko reputasi dan hukum.

Variabel Mediasi dan Moderasi Penting

Untuk penelitian empiris, beberapa variabel dapat berperan sebagai mediator atau moderator:

Mediasi (jalur pengaruh)

1. Kepuasan Nasabah / Loyalitas sebagai mediator antara inovasi produk dan peningkatan pangsa pasar/pendapatan.
2. Citra/Reputasi Syariah sebagai mediator antara kepatuhan produk dan preferensi nasabah.
3. Efisiensi Operasional (biaya/pendapatan) sebagai mediator antara digitalisasi produk dan profitabilitas.

Moderasi (memperkuat/melemahkan pengaruh)

1. Tingkat Digitalisasi / Infrastruktur TI: pengembangan produk digital akan lebih efektif pada bank dengan kapasitas TI tinggi.
2. Regulasi dan Dukungan Pemerintah: lingkungan regulasi yang kondusif mempercepat dampak produk baru terhadap daya saing.
3. Tingkat Literasi Keuangan Syariah Nasabah: semakin tinggi literasi, semakin kuat respons pasar terhadap produk syariah kompleks.
4. Skala Bank / Sumber Daya Organisasi: bank besar mungkin lebih cepat mengkomersialisasi inovasi dibanding bank kecil.

Indikator Operasional

1. Pengembangan Produk Syariah: jumlah produk baru syariah per tahun, proporsi produk digital syariah, tingkat inovasi produk (survey/penilaian ahli), kepatuhan syariah (audit/penilaian Dewan Pengawas Syariah).



2. Daya Saing Bank Syariah: pangsa pasar (aset, DPK, pembiayaan), pertumbuhan nasabah, rasio profitabilitas (ROA/ROE), tingkat retensi nasabah, indeks kepuasan nasabah, posisi merek (brand awareness).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (literature review) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengumpulan, analisis, dan sintesis berbagai sumber literatur yang relevan untuk memahami hubungan antara pengembangan produk syariah dan daya saing bank syariah. Studi literatur memungkinkan peneliti mengevaluasi teori, konsep, dan temuan empiris dari penelitian sebelumnya secara komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Pengembangan Produk Syariah pada Bank Syariah di Indonesia

Perkembangan pengembangan produk syariah di bank syariah Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991 sebagai bank syariah pertama. Seiring meningkatnya literasi dan inklusi keuangan syariah, bank-bank syariah semakin aktif menciptakan inovasi produk yang tidak hanya sesuai syariah, tetapi juga kompetitif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern. Awalnya, produk bank syariah berfokus pada akad dasar seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, dan wadiah, yang menjadi landasan pembiayaan dan penghimpunan dana. Namun, seiring perkembangan industri, variasi produk semakin meluas.

Memasuki era 2000-an, perkembangan produk syariah mulai menunjukkan diversifikasi yang lebih besar dengan hadirnya produk tabungan haji, pembiayaan properti syariah, kartu pembiayaan syariah (syariah card), serta layanan treasury syariah. Kemudian, setelah pengesahan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, inovasi produk semakin cepat karena adanya kepastian hukum yang kuat. Bank syariah mulai mengembangkan produk derivatif syariah, layanan cash management, serta pembiayaan berbasis akad hybrid (multi akad) untuk menyesuaikan kebutuhan pasar.

Perkembangan paling signifikan terjadi setelah tahun 2015 hingga sekarang, seiring dorongan digitalisasi keuangan, hadirnya BI-FAST, QRIS, dan pertumbuhan fintech syariah. Bank syariah berlomba mengembangkan layanan digital seperti mobile banking syariah, dompet digital syariah, pembiayaan online, serta integrasi dengan marketplace halal. Produk-produk pembiayaan kini tidak hanya berbasis murabahah, tetapi juga mengarah pada akad investasi seperti musyarakah mutanaqisah, mudharabah muqayyadah online, dan pembiayaan UMKM berbasis bagi hasil. Selain itu, terbentuknya Bank Syariah Indonesia (BSI) pada 2021 mempercepat standardisasi produk dan memperluas jangkauan inovasi di sektor retail, UMKM, hingga corporate.

Lebih jauh, pengembangan produk syariah juga dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat terhadap instrumen yang lebih beragam, seperti green financing, pembiayaan ramah lingkungan, serta layanan wealth management syariah yang mencakup sukuk ritel, reksa dana syariah, serta tabungan investasi. Dukungan OJK melalui Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia serta Roadmap Perbankan Syariah turut mendorong bank syariah untuk terus melakukan eksplorasi produk baru seperti open banking syariah, digital onboarding, dan produk dengan struktur fintech-bank seperti embedded finance syariah.



Secara keseluruhan, pengembangan produk perbankan syariah di Indonesia telah berkembang dari produk dasar berbasis kontrak klasik menjadi rangkaian produk inovatif, digital, dan kompetitif. Perkembangan ini menunjukkan bahwa perbankan syariah tidak hanya mengikuti dinamika industri keuangan global, tetapi juga menyesuaikan nilai-nilai syariah dengan kebutuhan ekonomi modern sehingga daya saingnya terus meningkat.

Dampak Pengembangan produk terhadap Peningkatan Daya Saing

Pengembangan produk pada bank syariah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing di industri perbankan. Melalui inovasi produk yang variatif, relevan, dan sesuai prinsip syariah, bank mampu menawarkan layanan yang memiliki nilai tambah dan berbeda dari bank konvensional. Keunikan produk berbasis akad syariah seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, atau ijarah menciptakan diferensiasi yang memperkuat posisi kompetitif bank syariah di mata masyarakat. Selain itu, semakin banyak produk yang dikembangkan, semakin luas pula segmen pasar yang dapat dijangkau, mulai dari pembiayaan UMKM, tabungan digital syariah, hingga layanan investasi dan sosial keagamaan seperti zakat dan wakaf digital. Hal ini berkontribusi pada peningkatan jumlah nasabah, loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan pendapatan bank. Inovasi produk juga mendorong peningkatan kualitas layanan, terutama ketika ditopang oleh digitalisasi perbankan, sehingga bank syariah dapat memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, dan efisien. Tidak hanya itu, pengembangan produk yang tetap menjaga kepatuhan syariah meningkatkan tingkat kepercayaan serta reputasi bank sebagai lembaga yang aman dan halal. Kombinasi antara inovasi, kepatuhan syariah, dan kualitas layanan inilah yang pada akhirnya memperkuat daya saing bank syariah, menjadikannya lebih kompetitif dan mampu menghadapi dinamika pasar keuangan yang semakin modern dan menuntut.

Hubungan Pengembangan Produk Syariah dengan Kinerja Keuangan Bank Syariah

Pengembangan produk syariah memiliki hubungan yang erat dan saling menguatkan dengan kinerja keuangan bank syariah. Semakin inovatif dan relevan produk yang ditawarkan, semakin besar peluang bank untuk meningkatkan pendapatan, memperluas basis nasabah, dan memperkuat posisi keuangannya. Produk syariah yang dikembangkan, baik dalam bentuk pembiayaan, penghimpunan dana, maupun layanan digital, dapat meningkatkan volume transaksi, margin keuntungan, dan fee-based income. Misalnya, pengembangan produk pembiayaan berbasis murabahah atau ijarah akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan margin, sementara inovasi produk tabungan dan investasi syariah dapat meningkatkan dana pihak ketiga (DPK) yang menjadi sumber likuiditas bank.

Selain itu, variasi produk yang lebih luas memungkinkan bank syariah menjangkau segmen pasar yang lebih beragam, sehingga risiko pendapatan menjadi lebih tersebar dan stabil. Ketika nasabah merasa bahwa produk syariah mampu memenuhi kebutuhan mereka dengan kompetitif dan sesuai prinsip halal, maka loyalitas meningkat dan biaya penghimpunan dana dapat ditekan. Inovasi produk yang disertai digitalisasi juga meningkatkan efisiensi operasional, menurunkan biaya layanan, dan memperbaiki rasio-rasio keuangan seperti BOPO, ROA, dan ROE. Pada akhirnya, pengembangan produk syariah tidak hanya memperkuat kemampuan bank dalam menghasilkan pendapatan, tetapi juga meningkatkan kualitas aset, efisiensi, dan keberlanjutan pertumbuhan. Dengan demikian, semakin baik pengembangan produk syariah yang dilakukan, semakin kuat pula kinerja keuangan bank syariah secara keseluruhan.



Tantangan Pengembangan Produk Syariah dan Implikasinya terhadap Daya Saing

Dilakukan adalah dengan menghitung pengembangan produk syariah menghadapi sejumlah tantangan yang dapat berdampak langsung pada daya saing bank syariah. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan inovasi akibat kompleksitas akad-akad syariah yang harus mematuhi ketentuan syariah sekaligus memenuhi kebutuhan pasar modern. Hal ini sering membuat proses perancangan produk memakan waktu lebih lama dibandingkan bank konvensional. Tantangan lainnya adalah rendahnya literasi keuangan syariah di masyarakat, sehingga banyak nasabah belum memahami perbedaan dan keunggulan produk syariah, yang pada akhirnya menghambat penerimaan pasar terhadap produk baru. Selain itu, persaingan yang ketat dari bank konvensional yang menawarkan layanan lebih cepat dan teknologi lebih maju membuat bank syariah harus bekerja lebih keras dalam menghadirkan produk digital yang kompetitif. Keterbatasan teknologi, SDM yang belum sepenuhnya menguasai inovasi syariah, serta biaya operasional yang relatif tinggi juga menjadi penghambat pengembangan produk syariah secara agresif.

Implikasinya terhadap daya saing cukup signifikan. Tantangan-tantangan tersebut dapat menyebabkan bank syariah kesulitan menciptakan diferensiasi yang kuat, sehingga kurang mampu menarik segmen pasar yang lebih luas. Keterlambatan inovasi membuat bank syariah berisiko tertinggal dalam persaingan digital dengan bank konvensional maupun fintech. Selain itu, produk yang kurang dikenal atau tidak tersosialisasi dengan baik dapat menurunkan minat nasabah, yang pada akhirnya berpengaruh pada rendahnya penghimpunan dana, penyaluran pembiayaan, dan profitabilitas bank. Jika tantangan ini tidak diatasi, maka keunggulan kompetitif bank syariah sulit berkembang dan posisinya dalam industri keuangan menjadi kurang dominan. Sebaliknya, jika bank syariah mampu mengatasi hambatan tersebut melalui peningkatan literasi, adopsi teknologi, dan penguatan SDM, daya saingnya dapat meningkat secara signifikan dan mendorong pertumbuhan produk serta kinerja keuangan yang lebih baik.

KESIMPULAN

Perkembangan pengembangan produk pada bank syariah di Indonesia menunjukkan transformasi yang sangat signifikan sejak awal berdirinya industri ini. Bank syariah telah bergerak dari penggunaan akad-akad dasar menuju inovasi produk yang lebih kompleks, modern, dan berbasis digital. Dorongan regulasi, meningkatnya literasi masyarakat, serta tuntutan era digital mendorong bank syariah memperluas jenis layanan, mulai dari pembiayaan investasi, produk wealth management, hingga integrasi dengan ekosistem halal dan layanan keuangan digital. Inovasi produk tidak hanya meningkatkan daya saing melalui diferensiasi dan peningkatan kualitas layanan, tetapi juga berkontribusi kuat terhadap perbaikan kinerja keuangan melalui peningkatan pendapatan, efisiensi, dan stabilitas aset. Namun, industri masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kompleksitas akad, rendahnya literasi, persaingan teknologi, dan keterbatasan SDM. Tantangan ini berpotensi melemahkan daya saing jika tidak ditangani secara strategis. Dengan demikian, pengembangan produk syariah memiliki peran penting dan strategis dalam memperkuat posisi bank syariah di industri keuangan nasional, sekaligus menjadi motor penggerak pertumbuhan yang berkelanjutan apabila didukung oleh inovasi, digitalisasi, dan penguatan ekosistem syariah secara menyeluruh.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul, A. R., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkoyah, S. (2022). Tantangan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 352-365.
- ANJUNG, P. L. (2025). *Pengaruh inovasi produk dan layanan mobile banking bank syariah terhadap daya saing di pasar financial technology (Studi kasus pada Bank Syariah Indonesia Antasari, Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Apriyanti, H. W. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis Peluang dan Tantangan. *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(1), 16-23.
- Aryanti, F. P., Nurhalizah, F., & Jannah, H. (2022). Pengaruh Kontribusi Pembiayaan Mikro Modal Kerja di dalam Lembaga Keuangan Perbankan Syariah terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Demang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 699-709.
- Azmy, A. (2015). Mengembangkan human resource management yang strategis untuk menunjang daya saing organisasi: perspektif manajemen kinerja (performance management) di bank syariah. *Binus Business Review*, 6(1), 78-90.
- Faadilah, I., & Ilham, A. (2024). Prospek Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia Dalam Era Digital. *Jurnal Kajian Dan Pengembangan Umat*, 7(1), 20-29.
- Gayo, H. D. (2017). Pengaruh kualitas sumber daya manusia, pelayanan dan inovasi produk terhadap daya saing bank bni syariah cabang fatmawati.
- Kusumaningrum, D., Sari, P. A., Panjaitan, A. Y., & Panggiarti, E. K. (2024). Pengaruh Kombinasi Bisnis Pt. Bank Syariah Indonesia (Bsi) Tbk Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 183-194.
- Safira, S., Agustina, A., Hidayanti, N. F., Ariani, Z., Dewi, N. Y. S., & Nur'aini, N. A. (2024, August). Analisis Dampak Perkembangan Perbankan Syariah Terhadap Stabilitas Keuangan di Indonesia. In *Seminar Nasional Paedagoria* (Vol. 4, No. 1, pp. 224-235).
- Wahyuningsih, N., & Iqbal, M. (2024). Analisis Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 5(2), 200-223.