

STRATEGI PENGEMBANGAN BANK SYARIAH DI SULAWESI SELATAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI INDUSTRI PERBANKAN

Nur Syahrani¹, Angraeni², Zahratun Khairani³, Muh Raihan Zikri R.J⁴, Kamaruddin⁵
syahraniur08@gmail.com¹, angraenisapitriangraeni@gmail.com², khaerafadlin@gmail.com³,
raihan.z123089@gmail.com⁴, dr.kamaruddin46@gmail.com⁵

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Perbankan syariah di Indonesia, khususnya di Sulawesi selatan, menghadapi tantangan yang signifikan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri perbankan. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesadaran akan pentingnya prinsip-prinsip keuangan yang sesuai dengan syariah, bank syariah perlu mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan yang dapat diimplementasikan oleh bank syariah di Sulawesi Selatan dalam menghadapi dinamika persaingan. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pengelola bank syariah di Sulawesi Selatan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan pengembangan pasar guna menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri perbankan.

Kata Kunci: Bank Syariah, Strategi Pengembangan, Persaingan Sulawesi Selatan, Teknologi Digital, Inovasi Produk.

ABSTRACT

Sharia banking in Indonesia, especially in South Sulawesi, faces significant challenges in facing increasingly fierce competition in the banking industry. Along with economic growth and increasing awareness of the importance of sharia-compliant financial principles, Islamic banks need to develop appropriate strategies to increase competitiveness. This research aims to identify and analyze development strategies that can be implemented by sharia banks in South Sulawesi in facing competitive dynamics. This research provides recommendations for sharia bank managers in South Sulawesi to continue to innovate and adapt to market developments in order to face increasingly fierce competition in the banking industry.

Keywords: Sharia Banking, Development Strategy, South Sulawesi Competition, Digital Technology, Product Innovation.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan bagian integral dari sistem keuangan di Indonesia, terutama di Sulawesi Selatan, yang memiliki potensi pasar yang cukup besar dengan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat. Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah, yang berfokus pada transaksi tanpa riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi). Meskipun demikian, bank syariah di Sulawesi Selatan menghadapi berbagai tantangan dalam persaingan dengan bank konvensional maupun sesama bank syariah. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang tepat sangat diperlukan untuk memastikan daya saing bank syariah di pasar yang semakin kompetitif.

Industri perbankan di Indonesia, termasuk di Sulawesi Selatan, mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Salah satu sektor yang menunjukkan potensi pertumbuhan signifikan adalah bank syariah. Bank syariah menawarkan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang melarang praktik riba, gharar, dan maysir, serta mendorong keadilan sosial dan ekonomi. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, bank syariah di Sulawesi Selatan harus menghadapi berbagai tantangan, seperti perbedaan budaya

keuangan, tingkat literasi keuangan syariah yang bervariasi, serta inovasi produk dan teknologi yang semakin berkembang.

Untuk itu, strategi pengembangan bank syariah di Sulawesi Selatan perlu dilakukan dengan pendekatan yang holistik, mengintegrasikan aspek peningkatan kualitas layanan, pengembangan produk yang inovatif, serta memperkuat jaringan distribusi dan edukasi kepada masyarakat. Dalam menghadapi persaingan, bank syariah di Sulawesi Selatan harus mampu memanfaatkan peluang pasar yang terus berkembang, seperti meningkatnya minat terhadap produk perbankan yang berbasis syariah, serta potensi pasar yang belum tergarap secara maksimal.

Dalam konteks ini, pengembangan bank syariah di Sulawesi Selatan tidak hanya memerlukan kebijakan dan strategi yang tepat dari pihak manajemen bank, tetapi juga dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan lainnya, serta masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya memilih layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan strategi yang tepat, bank syariah di Sulawesi Selatan dapat mempertahankan daya saingnya dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi daerah yang inklusif dan berkelanjutan.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan dalam studi mengenai strategi pengembangan bank syariah di Sulawesi Selatan dalam menghadapi persaingan di industri perbankan yaitu berupa pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Penelitian ini melibatkan wawancara dengan pengelola bank syariah, analisis dokumen internal bank, serta studi literatur terkait pengembangan bank syariah dan persaingan industri perbankan. Selain itu, survei atau kuisisioner kepada nasabah dan masyarakat untuk mengetahui persepsi mereka tentang bank syariah juga bisa digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank syariah di Sulawesi Selatan menghadapi tantangan kompetitif yang semakin meningkat dari bank konvensional serta sesama bank syariah. Untuk itu, strategi pengembangan yang diterapkan mencakup peningkatan kualitas layanan, inovasi produk berbasis prinsip syariah, serta penguatan jaringan distribusi melalui digitalisasi layanan perbankan. Selain itu, edukasi kepada masyarakat mengenai manfaat dan keunggulan produk perbankan syariah juga menjadi fokus utama. Bank syariah di Sulawesi Selatan berusaha untuk meningkatkan kinerja dan daya saing dengan memperkuat branding syariah dan memperluas basis nasabah, terutama dengan memanfaatkan potensi pasar yang belum sepenuhnya tergarap.

KESIMPULAN

Perbankan syariah merupakan bagian integral dari sistem keuangan di Indonesia, terutama di Sulawesi Selatan, yang memiliki potensi pasar yang cukup besar dengan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat. Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah, yang berfokus pada transaksi tanpa riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi). Meskipun demikian, bank syariah di Sulawesi Selatan menghadapi berbagai tantangan dalam persaingan dengan bank konvensional maupun sesama bank syariah. Oleh karena itu, strategi pengembangannya yang tepat sangat diperlukan untuk memastikan daya saing bank syariah di pasar yang semakin kompetitif.

Industri perbankan di Indonesia, termasuk di Sulawesi Selatan, mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Salah satu sektor yang menunjukkan potensi pertumbuhan signifikan adalah bank syariah. Bank syariah menawarkan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang

melarang praktik riba, gharar, dan maysir, serta mendorong keadilan sosial dan ekonomi. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, bank syariah di Sulawesi Selatan harus menghadapi berbagai tantangan, seperti perbedaan budaya keuangan, tingkat literasi keuangan syariah yang bervariasi, serta inovasi produk dan teknologi yang semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., & Zain, H. (2021). *Marketing Islamic Financial Services: Principles and Strategies*. Springer.
- Amin, H. (2019). "The Role of Islamic Marketing in Enhancing Consumer Trust in Islamic Banks". *International Journal of Islamic Marketing and Branding* 4(2), 145-160
- Arifin, Z. (2020). Strategi Pengembangan Bank Syariah di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 8(1), 45-60.
- Armstrong, Gary & Kotler, Philip. (2013). *Marketing: An Introduction* (11th ed.). Pearson Education.
- Aslan, D. (2022). "Kolaborasi Bank Syariah dengan UMKM dalam Strategi Pemasaran". *Business and Marketing Journal* 4(2), 50-60.
- Asmarani, D., & Yusuf, M. (2020). "Pemasaran Digital Bank Syariah di Era Media Sosial". *Jurnal Pemasaran Indonesia* 6(3), 75-85
- Azizah, F., & Suryani, D. (2020). "Transparansi dalam Pemasaran Bank Syariah: Membangun Kepercayaan". *Jurnal Bisnis Syariah* 12(2), 20-28.
- Dewi, N. R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah di Era Digital. *Jurnal Bisnis Islam*, 15(3), 202-215.
- Dini, R. (2022). "Pemasaran Berbasis Nilai dalam Perbankan Syariah: Meningkatkan Kepercayaan Konsumen". *Jurnal Ekonomi & Manajemen* 8(1), 17-26.
- Hamid, N., & Musa, R. (2018). "Pengaruh Brand Image terhadap Kepercayaan Konsumen pada Bank Syariah di Indonesia". *Jurnal Manajemen* 18(2), 25-35.
- Hasan, M., & Ismail, A. (2021). "Efektivitas Media Sosial dalam Pemasaran Bank Syariah di Indonesia". *Marketing Trends Journal* 15(4), 72-80
- Hassan, Amir & Wint, Phil. (2019). *Islamic Banking and Finance: New Perspectives on Profit Sharing and Risk*. Wiley
- Hidayat, F., & Fauzan, A. (2022). "Pemasaran Berbasis Lokasi dan Geo- Marketing untuk Bank Syariah". *Jurnal Ekonomi Bisnis* 13(1), 32-41.
- Kasmir. (2015). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2018). *Perbankan Syariah: Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education
- Kusuma, T. (2021). "Peran Pemasaran Berbasis Pengalaman dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah". *Majalah Ekonomi Syariah*, 10(4), 45-52.
- Lovelock, Christopher & Wirtz, Jochen. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson.
- Mahmud, F., & Nasir, U. (2021). "Segmentasi Pasar dalam Pemasaran Bank Syariah: Studi Kasus Bank X". *Jurnal Ekonomi Islam* 13(1), 85-95
- Mollah, M., & Noor, R. (2021). "Strategi Pemasaran Bank Syariah di Pasar Global". *Jurnal Pemasaran Syariah* 10(1), 99-110.
- Mulyadi, S. (2023). "Digitalisasi dalam Perbankan Syariah: Pemasaran melalui Platform Digital". *Media Ekonomi Syariah*, 9(3), 70-78.
- Nasution, M., & Suharto, W. (2022). "Digital Marketing Strategies in Islamic Banking: A Case Study". *Jurnal Keuangan & Perbankan* 28(2), 117-130.
- Rohman, M., & Sipayung, R. (2022). "Strategi Pemasaran Bank Syariah di Indonesia: Tinjauan Teoritis dan Praktis". *Jurnal Ekonomi & Pembangunan* 15(2), 101-115
- Rudianto, S., & Widodo, M. (2019). *Keuangan Syariah: Teori, Praktik, dan Implementasi di Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press.

- Setiawan, E., & Sulisty, A. (2019). Persaingan dalam Industri Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 11(2), 113-128.
- Suryana, Y. (2016). *Strategi Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Salemba Empat.
- Tanner, John F. & Raymond, Mary. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). McGraw-Hill Education.
- Wahyudi, H. (2020). "Analisis Penggunaan Media Sosial oleh Bank Syariah di Indonesia". *Jurnal Teknologi dan Pemasaran* 17(2), 55-60.
- Wibowo, F., & Marjohan, T. (2021). Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Pertumbuhan Bank Syariah di Sulawesi Selatan. *Jurnal Ekonomi Regional*, 22(4), 30-45.
- Wulandari, A. (2021). "Pemasaran Berbasis Pengalaman di Bank Syariah". *Jurnal Pemasaran dan Pengembangan* 11(4), 212-221.
- Yuliana, R. (2018). *Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan*. Alfabeta..
- Zainal, H., & Firdaus, S. (2021). "Strategi Pemasaran yang Efektif untuk Bank Syariah". *Kiat Marketing* 7(2), 45-53.
- Zainuddin, Z. & Ismail, M. (2020). "Branding Bank Syariah dalam Perspektif Marketing Mix". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 14(3), 48-55.
- Zulkifli, M. (2021). "Memanfaatkan Influencer untuk Meningkatkan Citra Bank Syariah". *Strategi Pemasaran Digital* 13(3), 91-97.