

JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar
Volume 2, Nomor 4, December 2024, Halaman 9-12
Licenced by CC BY-SA 4.0
ISSN: [2302-6219](https://doi.org/10.24054/joes.v2i4.14619728)
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14619728>

Strategi Meningkatkan Mutu Pelayanan dalam Manajemen Bisnis Syariah untuk Memperkuat Daya Saing Perbankan Syariah di Indonesia

Muhammad Nabil Alfikri¹ Novien Rialdy²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: nabilalfikri0705@gmail.com¹ novienrialdy@umsu.ac.id²

Abstrak

Industri perbankan syariah di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang, seiring dengan tingginya populasi Muslim dan meningkatnya kesadaran terhadap keuangan syariah. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah mutu pelayanan yang belum optimal, yang berpengaruh terhadap daya saing dibandingkan dengan perbankan konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi peningkatan mutu pelayanan dalam manajemen bisnis syariah guna memperkuat daya saing perbankan syariah di Indonesia. Dengan pendekatan analisis kualitatif, artikel ini membahas pentingnya pengelolaan sumber daya manusia yang profesional, inovasi dalam proses pelayanan, dan penggunaan teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan mutu pelayanan melalui strategi yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing perbankan syariah secara keseluruhan.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan, Mutu, Memperkuat Daya Saing, Bisnis Syariah

Abstract

The Islamic banking industry in Indonesia has great potential to grow, along with the high Muslim population and increasing awareness of Islamic finance. However, the main challenge faced is the suboptimal quality of service, which affects competitiveness compared to conventional banking. This study aims to identify strategies for improving service quality in Islamic business management to strengthen the competitiveness of Islamic banking in Indonesia. With a qualitative analysis approach, this article discusses the importance of professional human resource management, innovation in service processes, and the use of digital technology. The results of the study indicate that strengthening service quality through the right strategy can increase customer satisfaction and the overall competitiveness of Islamic banking.

Keywords: Service Strategy, Quality, Strengthening Competitiveness, Islamic Business

Article Info

Received date: 19 November 2024

Revised date: 19 December 2024

Accepted date: 29 December 2024

PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang seiring dengan tingginya populasi Muslim di negara ini. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Desember 2015, jumlah perbankan syariah telah mencapai 12 Bank Umum Syariah, 22 Unit Usaha Syariah, dan 163 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, dengan total jaringan kantor sebanyak 2.301 di seluruh Indonesia. Namun, meskipun keberadaan bank syariah semakin luas, kinerjanya masih tertinggal dibandingkan dengan perbankan konvensional. Hal ini tercermin dari tingkat nonperforming financing (NPF) yang relatif tinggi serta efisiensi operasional yang lebih rendah. Salah satu tantangan utama yang menghambat perkembangan industri perbankan syariah adalah mutu pelayanan yang belum optimal. Pelayanan yang berkualitas merupakan elemen vital dalam manajemen bisnis, termasuk di sektor keuangan syariah, untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing. Namun, permasalahan sumber daya manusia (SDM) sering kali menjadi penghambat utama dalam mencapai mutu pelayanan yang diharapkan. Banyak bank syariah di Indonesia menghadapi kendala berupa minimnya tenaga profesional yang memahami secara mendalam prinsip ekonomi syariah sekaligus memiliki kompetensi dalam inovasi produk (Rusydziana, 2016). Seperti yang disampaikan oleh Dhani Gunawan Idhat, Direktur Otoritas Jasa Keuangan, pada 21 November 2015, salah satu penyebabnya adalah banyaknya SDM berkualitas yang lebih memilih bergabung dengan bank konvensional. Akibatnya, lembaga keuangan syariah kekurangan tenaga ahli yang mampu menciptakan produk inovatif dan memberikan pelayanan unggul sesuai dengan prinsip

syariah. Kondisi ini diperburuk oleh terbatasnya pemahaman dan penerapan prinsip syariah dalam manajemen operasional sehari-hari.

Melihat tantangan ini, peningkatan pelayanan menjadi langkah strategis dalam memperkuat manajemen bisnis syariah. Dengan mengedepankan pengelolaan SDM yang profesional, perbankan syariah dapat menciptakan mutu pelayanan yang tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Artikel ini akan membahas pentingnya mutu pelayanan dalam manajemen bisnis syariah serta strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi berbagai kendala, guna mendorong daya saing dan keberlanjutan industri perbankan syariah di Indonesia (Rohmah, 2018).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif dengan studi literatur dan wawancara mendalam. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk artikel jurnal, laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan wawancara dengan praktisi di bidang perbankan syariah. Teknik analisis data dilakukan dengan metode deskriptif untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi mutu pelayanan serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing. Dengan cara ini, penelitian ini mampu menggali informasi yang relevan dan memberikan rekomendasi yang aplikatif untuk perbankan syariah di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Meningkatkan Mutu Pelayanan dalam Manajemen Bisnis Syariah untuk Memperkuat Daya Saing Perbankan Syariah di Indonesia

Perbankan syariah memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis syariah di Indonesia. Namun, tantangan seperti efisiensi operasional yang rendah, keterbatasan inovasi produk, dan mutu pelayanan yang belum optimal menghambat daya saingnya dibandingkan dengan perbankan konvensional. Untuk itu, strategi manajemen pelayanan yang tepat menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saing perbankan syariah. Artikel ini akan membahas tiga aspek utama: strategi manajemen pelayanan syariah, cara meningkatkan strategi pelayanan syariah, dan strategi efektif untuk memperkuat daya saing perbankan syariah di Indonesia (Fitriana & Fasa, 2024).

Strategi Manajemen Pelayanan Syariah 1). Manajemen pelayanan syariah harus didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Berikut adalah strategi yang dapat diterapkan: 2). Kompetensi SDM Syariah: Merekrut dan melatih tenaga kerja yang memahami prinsip syariah serta memiliki keterampilan profesional dalam melayani nasabah. 3). Inovasi Proses Pelayanan: Mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam setiap proses operasional, seperti pembiayaan berbasis akad dan transaksi transparan yang sesuai dengan syariat. 4). Standar Etika Syariah: Menetapkan pedoman etika kerja yang berdasarkan pada akhlak Islami untuk memastikan kejujuran dan integritas dalam pelayanan. 5). Digitalisasi Layanan Syariah: Mengadopsi teknologi untuk menyediakan layanan yang cepat, efisien, dan mudah diakses tanpa melanggar prinsip syariah (Aulia & Jamilah, 2023).

Meningkatkan Strategi Pelayanan Syariah : 1). Untuk meningkatkan mutu pelayanan, lembaga keuangan syariah perlu fokus pada beberapa langkah strategis: 2). Peningkatan Literasi Keuangan Syariah: Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang produk dan layanan syariah agar lebih dipahami dan diminati (Hayati, 2019). 3). Kustomisasi Layanan: Menawarkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, seperti produk investasi halal atau pembiayaan berbasis akad tertentu (Hamin, Aziz, 2022). 4). Kemitraan Strategis: Bekerja sama dengan institusi pendidikan dan organisasi Islam untuk memperluas jaringan dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah (Sumantri, 2014). 5). Pelayanan Ramah dan Profesional: Melatih staf agar selalu ramah, profesional, dan mampu memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah (Purwanto, 2019). 6). Pemanfaatan Big Data: Menggunakan data untuk menganalisis kebutuhan pelanggan dan menciptakan produk atau layanan yang relevan (Nabilah, 2023).

Strategi Pelayanan Syariah yang Efektif untuk Memperkuat Daya Saing Perbankan Syariah di Indonesia. Untuk memperkuat daya saing, strategi pelayanan yang efektif harus mencakup pendekatan holistik yang memadukan teknologi, budaya kerja Islami, dan inovasi: 1). Pengembangan Produk Inovatif: Memperkenalkan produk yang unik dan berbasis syariah, seperti pembiayaan wakaf, kartu

debit syariah tanpa riba, atau rekening tabungan berbasis akad mudharabah. 2). Implementasi Teknologi Berbasis Syariah: Membuat aplikasi dan layanan digital yang memudahkan transaksi syariah, seperti pembukaan rekening online dengan akad yang transparan. 3). Peningkatan Sistem Operasional: Mengintegrasikan sistem operasional yang cepat dan efisien, misalnya melalui layanan antrean digital atau chat layanan pelanggan berbasis syariah. 4). Peningkatan Kepuasan Pelanggan: Menyediakan saluran umpan balik untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Branding dan Promosi Syariah: Menguatkan citra perbankan syariah melalui kampanye yang menekankan keunggulan layanan berbasis nilai-nilai Islami (Gita Danupranata, 2013).

SIMPULAN

Industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan potensi yang sangat besar seiring dengan tingginya populasi Muslim. Meskipun jumlah bank syariah terus meningkat, kinerja mereka masih tertinggal dibandingkan dengan perbankan konvensional. Tantangan utama yang dihadapi adalah tingginya tingkat nonperforming financing (NPF) dan efisiensi operasional yang lebih rendah, yang menunjukkan perlunya perbaikan dalam mutu pelayanan. Mutu pelayanan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing perbankan syariah. Pelayanan berkualitas bukan hanya menciptakan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendukung keberlanjutan institusi keuangan syariah. Namun, masalah sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas masih menjadi hambatan, karena banyak tenaga ahli lebih memilih bergabung dengan bank konvensional. Peningkatan manajemen SDM menjadi langkah strategis untuk menciptakan mutu pelayanan yang optimal. Bank syariah perlu merekrut dan melatih tenaga kerja yang memahami prinsip syariah serta memiliki keterampilan profesional. Ini penting untuk memastikan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan dan prinsip-prinsip Islam. Inovasi dalam proses pelayanan juga sangat diperlukan untuk mengatasi tantangan yang ada. Mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam setiap proses operasional, seperti pembiayaan berbasis akad, akan meningkatkan transparansi dan kepercayaan nasabah. Di samping itu, penerapan teknologi untuk digitalisasi layanan dapat mempermudah akses dan meningkatkan efisiensi.

Langkah-langkah strategis seperti peningkatan literasi keuangan syariah dan kustomisasi layanan juga harus dilakukan. Edukasi kepada masyarakat mengenai produk dan layanan syariah akan meningkatkan pemahaman dan minat. Selain itu, menawarkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan akan mendatangkan kepuasan yang lebih tinggi. Kemitraan strategis dengan institusi pendidikan dan organisasi Islam dapat memperluas jaringan dan meningkatkan pemahaman masyarakat. Dengan kolaborasi ini, perbankan syariah dapat menjangkau lebih banyak nasabah dan memperkuat posisi mereka di pasar. Pelatihan staf untuk memberikan pelayanan yang ramah dan profesional juga sangat penting. Secara keseluruhan, untuk memperkuat daya saing perbankan syariah, diperlukan pendekatan holistik yang menggabungkan teknologi, inovasi, dan pengembangan SDM. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan perbankan syariah dapat meningkatkan mutu pelayanan, menarik lebih banyak nasabah, dan berkontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian Indonesia.

REFERENSI

- Aulia, F., & Jamilah, S. (2023). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Kinerja dan Kualitas Pegawai Perbankan Syariah. *Journal of Resources and Reserves*, 1(2), 16–31. <https://edujavare.com/index.php/jrr> Website: <https://edujavare.com/>
- Fitriana, D., & Fasa, M. I. (2024). *DAYA SAING DI ERA DIGITAL MARKETING STRATEGY OF SYARIAH BANK IN IMPROVING*. November, 7259–7268.
- Gita Danupranata. (2013). Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah Gita Danupranata. In *Salemba Empat*. <http://www.penerbitsalemba.com>
- Hamin, Aziz, A. (2022). Fintech Dalam Keuangan Islam. In *Publika Indonesia Utama* (Issue September).
- Hayati, S. R. (2019). Strategi Bank Syariah dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah pada Masyarakat (Studi Kasus pada BPRS Madina Mandiri Sejahtera). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(2), 129. [https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8\(2\).129-137](https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8(2).129-137)
- Nabilah, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Teknologi Big Data dalam Bisnis Retail Terhadap

- Keputusan Konsumen. *WriteBox*, 1–7.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=ApXhnsoAAAAJ&citation_for_view=ApXhnsoAAAAJ:9yKSN-GCB0IC
- Purwanto, H. (2019). *MANAJEMEN PELAYANAN PERBANKAN SYARIAH* Hery Purwanto Fakultas Syariah dan Hukum UNSIQ Jawa Tengah di Wonosobo. 5, 106.
<https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/syariati/article/download/1189/679/#:~:text=Pelayanan perbankan syariah yang dimaksud,calon nasabahnya sehingga kepuasan pelanggan>
- Rusydiana, A. S. (2016). Analisis Problem Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process. *Esensi*, 6(2), 237–246.
<https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3573>
- Rohmah, N. (2018). Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Lembaga Keuangan Syariah. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 1(1), 47-53.
- Sumantri, B. A. (2014). PENGEMBANGAN KAPASITAS INSTITUSI PERBANKAN SYARIAH DALAM PENYEDIAAN INFRASTRUKTUR JARINGAN, SDM DAN PRODUK. *Eksyar*, 01(4), 1–17.