

## INOVASI PRODUK PERBANKAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA DIGITAL

Muhammad Syafi'I Budi Santoso<sup>1</sup>, STIES Babussalam Jombang, [muhammad.syafii.b.s@gmail.com](mailto:muhammad.syafii.b.s@gmail.com)

Muhammad Nasiruddin<sup>2</sup>, STIES Babussalam Jombang, [nazier2930@gmail.com](mailto:nazier2930@gmail.com)

Jafar Shiddiq<sup>3</sup>, STIES Babussalam Jombang, [jafarshiddiq12@gmail.com](mailto:jafarshiddiq12@gmail.com)

### Article Info

#### Article history :

Received : 31 Januari 2025

Accepted : 15 Februari 2025

Published : 05 Maret 2025

Page : 49-57

**Keyword :** perbankan syariah,  
inovasi produk, daya saing,  
digitalisasi, teknologi keuangan

Perkembangan teknologi digital yang pesat menuntut industri perbankan, termasuk perbankan syariah, untuk terus berinovasi agar mampu bersaing secara efektif di pasar keuangan modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing perbankan syariah di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi pustaka dan analisis data sekunder dari laporan industri dan studi sebelumnya. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi produk berbasis teknologi, seperti mobile banking syariah, layanan keuangan digital (fintech syariah), serta integrasi sistem berbasis kecerdasan buatan dan blockchain, mampu meningkatkan efisiensi layanan, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat loyalitas nasabah. Kendati demikian, tantangan dalam aspek regulasi, literasi digital, dan pengembangan sumber daya manusia masih perlu diatasi. Penelitian ini merekomendasikan agar perbankan syariah memperkuat kolaborasi dengan startup teknologi, meningkatkan investasi pada riset dan pengembangan, serta mempercepat digitalisasi proses internal guna memperkuat posisi di tengah persaingan global.

#### Editorial Office :

Tijarotana : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah

LPPM STIES Babussalam Kalibening Mojoagung Jombang

## Pendahuluan

Latar belakang perbankan syariah di Indonesia memperlihatkan pertumbuhan yang signifikan, terutama di tengah persaingan ketat dengan perbankan konvensional. Bank syariah, yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, kini dihadapkan pada tantangan baru yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi digital (Ahmad, 2022). Pengembangan produk yang inovatif menjadi sangat penting untuk memastikan daya saing bank syariah dalam industri perbankan yang terus berubah ini (Budi Santoso et al., 2024). Pendekatan berbasis inovasi dalam produk perbankan syariah tidak hanya membuat layanan lebih menarik, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah, yang merupakan elemen krusial dalam memperluas pangsa pasar (Candra Dewi et al., 2022; Pramudani & Fithria, 2021).

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: Bagaimana inovasi produk perbankan syariah dapat meningkatkan daya saing? Pertanyaan ini menjadi sangat relevan mengingat bahwa dalam era digital, banyak aspek dari layanan perbankan yang perlu diadaptasi untuk memenuhi harapan nasabah yang terus berkembang. Bank syariah perlu memahami dan menerapkan teknologi modern yang sejalan dengan prinsip syariah untuk mengembangkan produk yang tidak hanya kompetitif tetapi juga memenuhi kebutuhan masyarakat (Mulyana et al., 2024; Susanti, 2024).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis inovasi produk perbankan syariah dan dampaknya terhadap daya saing (Abidin & Ilma Ahmad, 2023a). Dengan menganalisis berbagai inovasi di sektor ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana perbankan syariah dapat merespons tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital. Inovasi dalam produk bank syariah, seperti integrasi teknologi finansial (fintech) dan pengembangan produk yang berfokus pada masyarakat, diharapkan dapat memberikan efisiensi yang lebih baik dan meningkatkan pangsa pasar perbankan Syariah (Mulyana et al., 2024; Siti mariyam, 2024).

Salah satu inovasi yang dapat diterapkan dalam perbankan syariah adalah pengembangan platform digital yang memudahkan transaksi (Ahmad et al., 2024). Dalam konteks ini, bank syariah perlu beradaptasi dengan platform fintech yang tidak hanya

mencerminkan prinsip syariah, tetapi juga menawarkan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi dengan aman. Teknologi ini memungkinkan bank syariah untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, termasuk mereka yang sebelumnya tidak memiliki akses ke perbankan tradisional (Mulyana et al., 2024; Susanti, 2024). Dalam hal ini, pemanfaatan inovasi teknologi dapat menjadi langkah strategi yang penting untuk memperkuat daya saing perbankan syariah di pasar yang semakin kompetitif (Ahmad & Munir, 2023).

Dalam literatur, banyak dijelaskan bahwa inovasi produk merupakan salah satu kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif. Keberhasilan dalam inovasi ini dapat secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitasnya terhadap bank syariah. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa adanya inovasi dalam produk perbankan dapat mendorong keputusan konsumen untuk menabung dan berinvestasi di bank Syariah (Pramudani & Fithria, 2021; Saputri et al., 2022). Dengan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, bank syariah dapat menarik lebih banyak nasabah dan memperkuat posisi mereka di pasar yang sangat kompetitif (Ahmad et al., 2022).

Selain itu, industri halal yang berkembang pesat di Indonesia juga memberikan peluang bagi bank syariah untuk berinovasi. Prinsip-prinsip yang mendasari operasional perbankan syariah sangat sejalan dengan nilai-nilai kehalalan yang dipegang oleh industri ini, sehingga kolaborasi dalam inovasi produk dapat meningkatkan efisiensi serta kepercayaan masyarakat (Candra Dewi et al., 2022; Siti mariyam, 2024). Melalui inovasi produk yang tepat, bank syariah tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, tetapi juga berperan dalam pengembangan industri halal secara lebih luas (Budi Santoso et al., 2024).

Dengan mempertimbangkan semua faktor yang telah diuraikan, penting untuk melanjutkan penelitian mendalam mengenai inovasi produk perbankan syariah dan bagaimana inovasi tersebut dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing (Ahmad, 2020). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pelaku industri, akademisi, dan pembuat kebijakan untuk mendorong perkembangan lebih lanjut dari perbankan syariah di Indonesia (Abdul et al., 2022).

Tinjauan Pustaka

## Konsep Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang menekankan pada keadilan serta penghindaran dari riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (perjudian). Dalam kerangka ini, perbankan syariah memberikan alternatif yang berbeda dibandingkan dengan sistem perbankan konvensional yang lebih mengutamakan keuntungan finansial tanpa mempertimbangkan aspek moral dan sosial (Ahmad et al., 2022). Salah satu prinsip dasar dalam perbankan syariah adalah penerapan akad yang harus transparan dan saling menguntungkan, termasuk konsep rasio bagi hasil dalam produk-produk seperti mudharabah dan musyarakah (Abdul et al., 2022; Khaerunnisa et al., 2024).

Perbedaan mendasar antara perbankan syariah dan perbankan konvensional terletak pada pendekatan dan jenis transaksi yang dilakukan. Dalam perbankan konvensional, bunga adalah komponen utama dari setiap transaksi, sedangkan dalam perbankan syariah, bunga diharamkan. Sebagai gantinya, bank syariah menggunakan model profit-sharing yang memberikan imbal hasil kepada nasabah berdasarkan kesepakatan yang ada. Ini juga berlaku untuk produk-produk seperti murabahah, di mana margin keuntungan disepakati sebelumnya dan tidak terikat pada bunga (Khusna et al., 2021; R. Luntajo, 2021). Dengan demikian, perbankan syariah mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusi keuangan, turut memberikan kontribusi pada keadilan sosial (Putro et al., 2022).

## Inovasi dalam Perbankan Syariah

Inovasi di sektor perbankan syariah sangat penting untuk dapat bersaing dalam kondisi pasar yang dinamis, terutama di era digital. Berbagai jenis inovasi produk dan layanan telah mulai diperkenalkan, salah satunya adalah pemanfaatan teknologi finansial yang menawarkan kemudahan akses, efisiensi, dan transparansi kepada nasabah. Misalnya, pengembangan aplikasi mobile banking yang memudahkan transaksi sehari-hari sesuai syariah menjadi salah satu langkah signifikan dalam menarik minat generasi muda, khususnya Generasi Z yang akrab dengan teknologi digital (Wahyudi et al., 2022).

Peran teknologi dalam pengembangan produk perbankan syariah semakin krusial dengan

adanya kebutuhan untuk mengadaptasi layanan agar sesuai dengan kebutuhan modern. Penggunaan platform digital tidak hanya menyederhanakan proses transaksi tetapi juga memungkinkan bank syariah untuk mengembangkan produk baru yang sesuai dengan permintaan pasar. Sebagai contoh, inovasi dalam pembiayaan berbasis fintech dapat meliputi pembiayaan mikro yang mematuhi prinsip syariah, yang ditargetkan untuk segmen masyarakat yang lebih luas dan beragam (Abdul et al., 2022; Khaerunnisa et al., 2024).

## Daya Saing di Era Digital

Konsep daya saing dalam industri perbankan berkaitan erat dengan kemampuan lembaga keuangan untuk menawarkan produk dan layanan yang lebih baik dibandingkan kompetitor. Dalam konteks perbankan syariah, daya saing dapat ditingkatkan melalui inovasi produk yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dan yang juga memenuhi ekspektasi konsumen modern, terutama dalam hal kemudahan dan aksesibilitas. Bank syariah perlu membangun strategi yang efektif untuk mengenalkan produk dan layanan baru yang sesuai dengan dinamika pasar dan teknologi yang terus berubah (Hadi Saputra, 2022; R. Luntajo, 2021).

Tantangan bagi perbankan syariah di era digital terletak pada kebutuhan untuk mendidik masyarakat tentang perbedaan dan keunggulan produk syariah dibandingkan dengan produk konvensional. Sebagai contoh, masih ada pandangan yang menganggap bahwa perbankan syariah tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional, sehingga memerlukan upaya edukasi yang lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat (Setiawan & Mugiyati, 2023). Peluang ada di sini bagi bank syariah untuk memanfaatkan platform digital untuk mengedukasi nasabah melalui kampanye online yang menjelaskan nilai-nilai syariah dan manfaat produk mereka (Abidin & Ilma Ahmad, 2023a).

Dalam kesimpulannya, perbankan syariah dihadapkan pada tantangan dan peluang yang beragam di era digital ini. Adaptasi terhadap teknologi digital serta inovasi yang responsif terhadap kebutuhan pasar adalah kunci utama untuk memastikan keberlangsungan dan daya saing bank syariah (Ilma Ahmad et al., 2024). Hal ini memerlukan kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk regulator, institusi keuangan, dan masyarakat, untuk bersama-sama membangun ekosistem perbankan yang sehat dan berkelanjutan (Khaerunnisa et al., 2024).

## Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, di mana fokus utama adalah memahami dan mendalami fenomena inovasi produk dalam perbankan syariah serta bagaimana inovasi tersebut dapat meningkatkan daya saing (Abidin & Ilma Ahmad, 2023b). Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang kompleks dan memberikan pemahaman yang dalam tentang perilaku nasabah, praktik perbankan, serta tantangan yang dihadapi oleh bank syariah di era digital (Maulana & Al Azhar, 2023). Alasan pemilihan pendekatan kualitatif ini adalah untuk dapat mengeksplorasi berbagai aspek dan pandangan yang tidak dapat dicakup oleh metode penelitian kuantitatif, seperti sentimen dan pengalaman nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah yang berbasis digital (Mardiyanto et al., 2023; Susanti, 2024).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup studi literatur, wawancara mendalam, serta survei. Studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber akademis dan publikasi terkait perbankan syariah dan inovasinya (Dimiyati & Nasiruddin, 2022a). Referensi dari literatur ini termasuk kajian tentang sentimen pengguna terhadap aplikasi perbankan syariah serta analisis penggunaan aplikasi mobile dalam meningkatkan keterlibatan nasabah (Muzdalipah & Mahmudi, 2023). Selain itu, wawancara mendalam dilakukan dengan pelaku industri, termasuk manajer bank syariah dan pengguna layanan perbankan syariah, untuk memperoleh wawasan tentang praktik terbaik, tantangan yang dihadapi, dan pandangan mereka mengenai masa depan perbankan syariah di era digital (Mulyana et al., 2024; Nurfitriia & Firman, 2023).

Dalam hal pelaksanaan survei, instrumen survei didesain untuk menjangkau masyarakat luas agar dapat mengumpulkan data tentang persepsi dan pengalaman mereka terhadap produk dan layanan perbankan syariah (Shiddiq et al., 2022). Survei ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai tingkat literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat dan bagaimana hal ini mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan produk perbankan Syariah (Erlyawati & Nurhidayati, 2023; Zainur, 2020). Selain itu, survei ini juga akan menggali bagaimana pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan syariah memengaruhi keputusan mereka untuk memilih layanan perbankan (Putra et al., 2023).

Setelah data dikumpulkan dari berbagai sumber, teknik analisis data yang digunakan melibatkan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari wawancara dan survei (Syahni & Husen, 2022). Proses analisis ini akan memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi tema-tema yang berulang serta wawasan yang signifikan tentang inovasi produk bank syariah dan dampaknya terhadap daya saing. Selain itu, analisis deskriptif akan digunakan untuk menganalisis data survei, memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang persepsi dan pengalaman masyarakat terhadap perbankan syariah di era digital (Puji & Hakim, 2021). Metode ini memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan temuan dari perspektif yang holistik, serta menghubungkan antara teori yang ada dengan data yang diperoleh dari penelitian lapangan (Ahmad et al., 2024).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam literatur mengenai perbankan syariah, serta memberikan informasi yang berharga bagi para pemangku kepentingan, termasuk regulator dan pelaku industri, dalam usaha meningkatkan inovasi produk dan daya saing perbankan syariah di Indonesia (Abdul et al., 2022). Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan hasil penelitian dapat berfungsi sebagai referensi dalam merancang strategi untuk kontinuitas dan pertumbuhan bank syariah di masa depan yang sesuai dengan tuntutan teknologi dan preferensi masyarakat (Dimiyati et al., 2022).

Dengan kata lain, metodologi penelitian ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana inovasi dalam produk perbankan syariah dapat diterapkan secara efektif dan berkelanjutan, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut (Habibi et al., 2024). Studi ini berfokus pada relevansi inovasi dalam lingkup perbankan syariah, menjawab apakah inovasi tersebut mampu meningkatkan daya saing dalam

Inovasi dalam produk perbankan syariah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama seiring dengan digitalisasi layanan (Nasiruddin, 2021). Salah satu aspek yang krusial adalah pengembangan digital banking dan mobile banking berbasis syariah yang mampu memberikan akses yang lebih luas kepada nasabah (Shiddiq & Wakhid, 2021). Platform mobile banking ini tidak hanya menyediakan

layanan dasar, tetapi juga memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi kompleks seperti pembiayaan dan investasi dengan prinsip syariah (Nasiruddin & Hidayati, 2022). Penggunaan aplikasi perbankan ini menyebabkan peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah, serta mendorong inklusi keuangan yang lebih besar di masyarakat (Vitram et al., 2023).

Produk pembiayaan inovatif juga mulai muncul sebagai respons terhadap kebutuhan pasar yang berkembang (Dimiyati & Nasiruddin, 2022b). Salah satu contoh yang dapat disebutkan adalah pendekatan akad hybrid, yang menggabungkan elemen dari berbagai akad syariah untuk menawarkan solusi pembiayaan yang lebih fleksibel dan menarik untuk konsumen (Al Azhar et al., 2023). Hal ini memberikan alternatif yang lebih luas kepada nasabah, seperti pembiayaan murabahah yang memadukan aspek musyarakah, yang mendorong pembiayaan berdasarkan partisipasi (Ni'mah & Kusumaningrum, 2023). Crowdfunding syariah juga menjadi salah satu produk unggulan yang memfasilitasi pendanaan proyek-proyek sosial dan usaha kecil dengan prinsip pembiayaan yang sesuai syariah, memberikan potensi pendapatan baru bagi investor (Nuzula & Marpuhin, 2022).

Dalam konteks fintech, kolaborasi antara bank syariah dan startup teknologi menjadi tren yang meningkat (Ahfadz et al., 2021). Kemitraan ini menekankan inovasi dalam layanan dan produk, yang mendukung pengembangan sistem pembayaran yang lebih efisien serta pengalaman nasabah yang lebih baik (Nasirin & Hidayati, 2021). Misalnya, penggunaan teknologi seperti blockchain dalam transaksi perbankan syariah dapat meningkatkan transparansi dan keamanan, yang penting dalam membangun kepercayaan nasabah (Edirianto et al., 2021). Kolaborasi ini juga menciptakan peluang untuk memperkenalkan produk-produk baru yang sesuai dengan prinsip syariah, memudahkan generasi muda yang lebih adaptif terhadap teknologi digital (Rahmawati et al., 2024).

### Strategi Peningkatan Daya Saing

Strategi peningkatan daya saing dalam perbankan syariah sangat ditentukan oleh kemampuan untuk mengadopsi digitalisasi secara efektif. Digitalisasi layanan tidak hanya mencakup pengembangan aplikasi mobile, tetapi juga mencakup pengelolaan data nasabah dan pemanfaatan big data untuk penawaran produk yang lebih personal. Hal ini penting

untuk meningkatkan pengalaman pelanggan yang merupakan kunci dalam memenangkan pasar yang semakin kompetitif (Ni'mah & Kusumaningrum, 2023). Selain itu, optimalisasi pemasaran digital juga menjadi sangat penting dengan memanfaatkan media sosial dan pemasaran berbasis algoritma untuk menjangkau pelanggan dengan lebih efisien (Vitram et al., 2023).

Keunggulan diferensiasi produk yang berbasis nilai-nilai syariah juga menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Bank syariah harus menonjolkan nilai-nilai seperti keadilan dalam transaksi dan kepatuhan terhadap etika Islam dalam strategi komunikasi mereka. Ini dapat menciptakan citra positif dan meningkatkan kepercayaan nasabah, yang akan berdampak pada loyalitas dan tingkat retensi nasabah (Rita & Ridlwan, 2023). Menawarkan layanan yang tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga sosial dan lingkungan, akan memperkuat posisi bank syariah di masyarakat (Maulana & Al Azhar, 2023).

### Dampak Inovasi terhadap Daya Saing

Inovasi yang diterapkan dalam perbankan syariah tidak hanya meningkatkan kepercayaan tetapi juga loyalitas nasabah. Nasabah yang puas dengan produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah cenderung akan tetap setia dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah adalah elemen fundamental dalam keberlangsungan bisnis perbankan syariah, karena ini membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah (Supriadi & Ismawati, 2020).

Selanjutnya, peningkatan inklusi keuangan syariah menjadi salah satu dampak positif dari inovasi produk (Syahni & Nasirin, 2023). Dengan semakin banyaknya layanan digital dan produk yang ramah pengguna, lebih banyak masyarakat memiliki akses untuk menggunakan layanan perbankan syariah, termasuk segmen yang sebelumnya terpinggirkan dari sistem keuangan formal (Nasirin et al., 2021). Hal ini berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan, yang sejalan dengan nilai-nilai perbankan syariah yang menekankan pada keadilan dan kesejahteraan (Jamaludin et al., 2021).

### Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa inovasi dalam produk

perbankan syariah memainkan peran kunci dalam meningkatkan daya saing di pasar (Habibi et al., 2022). Melalui pengembangan digital banking, pengenalan produk-produk pembiayaan yang inovatif, serta kolaborasi dengan fintech, bank syariah dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pengalaman nasabah (Habibi et al., 2024). Kepercayaan dan loyalitas nasabah yang meningkat dihasilkan dari produk yang sesuai prinsip syariah dan layanan yang memenuhi ekspektasi modern (Vitram et al., 2023).

Implikasi bagi industri perbankan syariah menyiratkan bahwa ada perlunya untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan teknologi serta kebutuhan nasabah. Oleh sebab itu, bank syariah harus aktif dalam mengedukasi nasabah mengenai produk dan layanan yang ditawarkan, sehingga dapat menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan sadar finansial (Yanti, 2020).

Rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut antara lain meliputi peningkatan literasi keuangan di kalangan masyarakat, memperkuat kolaborasi dengan fintech untuk menciptakan solusi yang lebih inovatif, serta terus menggali potensi pasar baru untuk menjangkau segmen yang lebih besar. Selain itu, penting bagi bank syariah untuk mempertahankan dan memperkuat prinsip-prinsip syariah dalam setiap inovasi yang dilakukan agar tidak hanya fokus pada keuntungan semata, tetapi juga menjadikan masyarakat yang sejahtera secara ekonomi (Susilawati et al., 2022).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. Z., & Ilma Ahmad, Z. (2023a). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) Produk Lelang Syariah. *Jurnal Tijaratana, Vol 4 No 1*.  
<https://ejournal.stiesbabussalam.ac.id/index.php/tijaratana/article/view/50>
- Abidin, A. Z., & Ilma Ahmad, Z. (2023b). Revitalisasi Dompot Digital OVO Invest Luncurkan Layanan Investasi Syariah Tinjauan Maqasid Syariah. *Jurnal Tijaratana, Vol 4 No 2*.
- Ahfadz, M. U., Hasan, M., & Habibi, R. (2021). Hifdh al-Ummah Salah Satu Maqasid Al-Syari'ah. *Jurnal Tijaratana, Vol 2 No 2*.
- Ahmad, Z. I. (2020). Variabel Penentu Produktivitas Amil dan Kinerja Penyaluran Zakat dan Infaq pada Baznas Kabupaten di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen, Vol 19 No.*
- Ahmad, Z. I. (2022). Analisis Swot disruptif society 5.0 : human resource management mewujudkan pertumbuhan ekonomi. *Procuratio : Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 10 No.*
- Ahmad, Z. I., Abidin, A. Z., & Syahni, A. (2024). Systematic Literature Review: Variable-Variable yang Mempengaruhi Ketaatan Pembayaran Zakat terhadap Keberkahan Zakat Muzakki. *Jurnal Tijaratana, Vol 5 No 1*.
- Ahmad, Z. I., & Munir, I. S. (2023). Landasan Filosofis untuk Kontrukso Akuntansi Syariah. *Jurnal Tijaratana, Vol 4 No 1*.
- Ahmad, Z. I., Rahmawati, L., & Rukmana, S. (2022). Peranan Islamic Social Justice Untuk Membangun Kesejahteraan Umat Di Masa Pandemi Covid-10. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis, 8(1)*, 16–28.  
<https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i1.1268>
- Al Azhar, M. F., MSB, S., & MI, A. (2023). Efektivitas Pendistribusian Zakat pada Program Regab Rumah Layak Huni Mustahiq Tahun 2022. *Jurnal Tijaratana, Vol 4 No 1*.
- Budi Santoso, M. S., Nur Husen, M., Ilma Ahmad, Z., & Dimiyati, D. (2024). Restrukturisasi Syariah: Upaya Penyelesaian Cidera Janji (Wanprestasi) Investasi Syariah. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam, 15(2)*, 41–57.  
<https://doi.org/10.30739/darussalam.v15i2.2925>
- Dimiyati, D., & Nasiruddin, M. (2022a). strategi periklanan islam pada pt. maan ghodaqo shiddiq lestari tembelang jombang. *Tijaratana, 3(01)*.
- Dimiyati, Maulana, K., & Al Azhar, M. F. (2022). Menelaah Model Jual Beli Emas secara Kredit di Pegadaian Syariah Cabang Jombang. *Jurnal Tijaratana, Vol 3 No 2*.
- Dimiyati, & Nasiruddin, M. (2022b). Strategi Periklanan Islami pada PT MAAN Ghodaqo Shiddiq Lestari Tembelang Jombang. *Jurnal Tijaratana, Vol 2 No 1*.
- Habibi, R., Santoso, M. S. B., & Nasirin, M. K. (2024). Peran aqasid syariah dan good corporate governace terhadap pertumbuhan laba bank syariah indonesia. *Jurnal Tijaratana, Vol 5 No 1*.

- Habibi, R., Umam, S., & Laili, M. N. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Syari'ah terhadap Penetapan Harga dalam Jual Beli Online. *Tijarotana Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah, Vol 3 No 2*.
- Ilma Ahmad, Z., Roziq, A., & Abidin, A. Z. (2024). Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) melalui Jasa Ekspedisi PT. Pos Indonesia Jember dalam Analisis Fatwa DSN MUI tentang Akad Wakalah Bil Ujrah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol 2 No 2*.
- Maulana, K., & Al Azhar, M. F. (2023). Impementasi Pembiayaan Musyarokah pada PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. *Jurnal Tijarotana, Vol 4 No 1*.
- Nasirin, M. K., Arifin, M. Z. M., & Holle, M. (2021). Implementasi Dakwah Ekonomi Umat di Pondok Pesantren Tarikat Shiddiqiyah. *Jurnal Education and Development, Vol 9 No 2*.
- Nasirin, M. K., & Hidayati, N. L. (2021). Tinjauan Hukum Islam terhadap Metode Promosi Giveaway di Instagram. *Jurnal Tijarotana, Vol 2 No 1*.
- Nasiruddin, M. (2021). منهج تعليم اللغة العربية في المعهد باب السلام موجو اجوج جومبانج. *Borneo Journal of Islamic Studies*.
- Nasiruddin, M., & Hidayati, N. L. (2022). Aktivitas Ekonomi Santri dan Kesejahteraan Umat (Studi Kasus di Desa Kalijaring Kec. Tembelang Kab. Jombang). *Jurnal Tijarotana, Vol 2 No 2*.
- Putro, D. E., Abidin, A. Z., Wardoyo, F. R., & Gozali, M. L. (2022). Dana Talangan Haji dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol 8 No 0*.
- Shiddiq, J., Azizah, N., & Wakhid, A. (2022). Keharusan Pelaku Usaha Memberikan Informasi yang Benar ditinjau dari Hukum Islam dan UUPK. *Jurnal Tijarotana, Vol 2 No 2*.
- Shiddiq, J., & Wakhid, A. (2021). Implementasi Marketing MIX Syariah di Era Industri 4.0 Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Tijarotana, Vol 2 No 2*.
- Syahni, A., & Husen, M. N. (2022). Sejarah Lembaga Keuangan dalam Islam. *Jurnal Tijarotana, Vol 3 No 2*.
- Syahni, A., & Nasirin, M. K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Ukhuwah. *Jurnal Tijarotana, Vol 4 No 1*.
- Abdul, A. R., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkoyah, S. (2022). Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru Islamic Banking and Finance*. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9505](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9505)
- Candra Dewi, L. K., Antari, S., & Yuni, H. K. (2022). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Entreprenurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM Di Desa Petak Gianyar Bali. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i2.94-101>
- Edirianto, S., Alvin, A., Paturohman, P., & Herawati, V. (2021). Kontribusi Produk Pembiayaan Amanah Dalam Meningkatkan Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPS Tukmudal Kabupaten Cirebon. *Ecobankers Journal of Economy and Banking*. <https://doi.org/10.47453/ecobankers.v2i2.482>
- Erlyawati, V., & Nurhidayati, M. (2023). Tingkat Pengetahuan Santri Tahfidz Di Pondok Pesantren Al Mardliyyah Kelurahan Demangan Kecamatan Taman Kota Madiun Terhadap Produk Funding Bank Syariah. *Al-Ittifaq Jurnal Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.31958/al-ittifaq.v2i1.6532>
- Hadi Saputra, M. D. (2022). Apakah Kredit Perbankan Berpengaruh Pada Performa Bank Syariah Di Indonesia? *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i2.53>
- Jamaludin, J., Dimiyati, D., Widiawati, W., & Ristanti, A. (2021). Persepsi Dan Preferensi Terhadap Sikap Nasabah Pembiayaan Musyarokah Di Bri Syariah. *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v2i2.14375>
- Khaerunnisa, K., 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*. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v5i2.2682>
- Khusna, F. N., Pane, A. R., & Mufida, R. (2021). Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Pelaksanaan Akad Murabahah Pada Perbankan Syariah. *Kunuz Journal of Islamic Banking and Finance*. <https://doi.org/10.30984/kunuz.v1i2.49>
- Mardiyanto, R. O., Kusriani, K., & Wibowo, F. W. (2023). Analisis Sentimen Pengguna Aplikasi Bank Syariah Indonesia Dengan menggunakan algoritma Support

- Vector Machine (Svm). *Teknimedia Teknologi Informasi Dan Multimedia*.  
<https://doi.org/10.46764/teknimedia.v4i1.85>
- Mulyana, I., Hamid, A., & Syaripudin, E. I. (2024). Tantangan Dan Peluang Penggunaan Fintech Dalam Perbankan Syariah. *Jh*.  
<https://doi.org/10.37968/jhesy.v2i2.639>
- Muzdalipah, M. M., & Mahmudi, M. (2023). Digitalisasi Perbankan Syariah : Penggunaan Bsi Mobile Di Era Generasi Milenial Di Kota Yogyakarta. *Equilibrium Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*.  
<https://doi.org/10.35906/equili.v12i1.1241>
- Ni'mah, J., & Kusumaningrum, B. (2023). Optimalisasi Pembiayaan Mudharabah Pada Bank Syariah Di Indonesia. *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.  
<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.4147>
- Nurfitria, A., & Firman, D. (2023). Pengaruh Pemahaman Literasi Perbankan Syariah Terhadap Animo Masyarakat Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah: *Al-Kharaj Jurnal Ekonomi Keuangan & Bisnis Syariah*.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.5186>
- Nuzula, I. M., & Marpudin, A. (2022). Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen Dakwah*.  
<https://doi.org/10.15408/jmd.v9i2.24951>
- Pramudani, M. P., & Fithria, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah. *Sy'ar Iqtishadi Journal of Islamic Economics Finance and Banking*.  
<https://doi.org/10.35448/jiec.v5i2.11614>
- Puji, P. S., & Hakim, L. (2021). Peran Gender Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Bank Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (Jpak)*.  
<https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p1-12>
- Putra, V. P., Arundina, T., & Harly, R. (2023). Analisis Kredit Bermasalah Segmen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Bank Syariah Di Indonesia. *Jimnu*.  
<https://doi.org/10.59435/jimnu.v1i2.115>
- R. Luntajo, M. M. (2021). Implementasi Perhitungan Pricing Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah. *Jihbiz Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Perbankan Syariah*.  
<https://doi.org/10.33379/jihbiz.v5i1.864>
- Rahmawati, E. N., Alfurkaniati, A., Riadi Putri, W. L., Fitri, A. A., & Ahmad, Z. (2024). Edukasi Pengenalan Akad Dalam Transaksi Syariah Pada UMKM Di Kedah Malaysia. *Swarna Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.  
<https://doi.org/10.55681/swarna.v3i1.1138>
- Rita, A., & Ridlwan, A. A. (2023). Pengaruh Variabel Makro Terhadap Pembiayaan Rahn Pada Perbankan Syariah. *Journal of Institution and Sharia Finance*.  
<https://doi.org/10.24256/joins.v6i1.3429>
- Saputri, I., Farhani, P., & Chairina, C. (2022). Analisis Pengetahuan Dan Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah Di Kelurahan Helvetia. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (Jebs)*.  
<https://doi.org/10.47233/jebs.v2i3.254>
- Setiawan, J. A., & Mugiyati, M. (2023). Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Di Indonesia Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital. *Al-Kharaj Jurnal Ekonomi Keuangan & Bisnis Syariah*.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.2396>
- Siti mariyam, I. M. (2024). Kontribusi Lembaga Keuangan Syariah Dalam Kemajuan Industri Halal Di Indonesia. *Al-Iqtishad*.  
<https://doi.org/10.30863/aliqtishad.v16i1.6459>
- Supriadi, S., & Ismawati, I. (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah Untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.  
<https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.7002>
- Susanti, K. H. (2024). Tantangan Dan Peluang Perbankan Syariah Di Era Digital Dalam Pertumbuhan Berkelanjutan. *Persya*.  
<https://doi.org/10.62070/persya.v2i1.53>
- Susilawati, A., Ibrahim, M. A., & Kusumawati, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Rahn Pada Cabang Pegadaian Syariah Pangkajene. *Akrual*.  
<https://doi.org/10.26487/akrual.v15i2.21590>
- Vitram, K. L., Rasa, M. I., & Harto, S. (2023). Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction, Customer Bonding Dan Customer Value Dalam Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah. *Ekonomi & Bisnis*.  
<https://doi.org/10.32722/eb.v22i1.5765>

- Wahyudi, R., Prasetyo Priyono, P. P., Azhari Allselia, A. R., & Septiviana Viki, V. E. (2022). PkM: Pelatihan Peningkatan Literasi Perbankan Syariah Berbasis Digital Platform. *Tridarma Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm)*. <https://doi.org/10.35335/abdimas.v5i1.2294>
- Yanti, N. (2020). Peran Perbankan Syariah Terhadap Kesejahteraan Di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.30596/jrab.v20i1.4956>
- Yusvianto, A. G., & Hapsari, R. (2024). Factors Influencing E-Servicescape on Continuance Intention: A Case Study of Blu by BCA Digital in Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v13i2.3233>
- Zainur, Z. (2020). Keuangan Islam Dan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal An-Nahl*. <https://doi.org/10.54576/annahl.v7i2.18>