

Analisis Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1

Khaerunnisa¹, Nining Wahyuningsih², Mohammad Iqbal³

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

khaerunn431@gmail.com¹, niningwningsih@syekhnurjati.ac.id²,

mohammadiqbal@syekhnurjati.ac.id³

Abstrak. Inovasi produk dan layanan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing bank syariah di Indonesia. Agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan lain, tentu saja BSI KCP Cirebon Plered 1 membutuhkan inovasi, terutama inovasi produk dan layanan. Perkembangan inovasi produk dan layanan penting agar masyarakat tertarik dengan BSI KCP Cirebon Plered 1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan inovasi produk dan layanan terhadap peningkatan daya saing BSI KCP Cirebon Plered 1, menganalisis tantangan dan peluang inovasi produk dan layanan di Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1, serta mengidentifikasi kemampuan Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dalam mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif. Analisis SWOT menggunakan matriks *internal factor evaluation* (IFE) dan matriks *external factor evaluation* (EFE), di mana IFE yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan tantangan. Hasil penelitian menunjukkan, BSI KCP Cirebon Plered 1 telah menunjukkan komitmen yang kuat terhadap inovasi produk dan layanan dalam meningkatkan daya saingnya. Melalui evaluasi produk yang ada, perbandingan dengan produk bank syariah lain, serta penambahan fitur baru seperti menambahkan fitur pembayaran tiket kereta api pada *mobile banking*, menu pembayaran listrik/air, menu pembayaran akademik, dan sebagainya, bank berhasil menarik minat nasabah dan meningkatkan pertumbuhan jumlah nasabah. Meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan infrastruktur IT, resistensi terhadap perubahan, dan kurangnya pemahaman nasabah tentang produk syariah, BSI KCP Cirebon Plered 1 mampu memanfaatkan peluang signifikan. Hal ini termasuk meningkatnya minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah dan perkembangan teknologi digital. Dengan strategi inovatif, kesadaran akan prinsip syariah, dan komitmen terhadap keamanan data dan teknologi, bank dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan.

Kata Kunci: Inovasi Produk dan Layanan, Tantangan, Peluang

Abstract. This study aims to analyze the application of product and service innovation to increase the competitiveness of Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1, analyze the challenges and opportunities for product and service innovation at Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1, and identify the ability of Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 in overcoming challenges and taking advantage of these opportunities.

This research uses a descriptive qualitative approach. The data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used in this research is to use SWOT analysis with a qualitative approach. SWOT analysis uses an internal factor evaluation (IFE) matrix and an external factor evaluation (EFE) matrix, where IFE includes strengths and weaknesses and EFE includes opportunities and challenges. The results showed that BSI KCP Cirebon Plered 1 has shown a strong commitment to product and service innovation in improving its competitiveness. Through the evaluation of existing products, comparisons with other Islamic bank products, and the addition of new features such as adding train ticket payment features to mobile banking, electricity/water payment menus, academic payment menus, and so on, the bank has succeeded in attracting customer interest and increasing customer growth. Despite facing challenges such as limited IT infrastructure, resistance to change, and lack of customer understanding of sharia products, BSI KCP Cirebon Plered 1 was able to capitalize on significant opportunities. These include the increasing public interest in Islamic banking products and the development of digital technology. With innovative strategies, awareness of sharia principles, and commitment to data and technology security, the bank can overcome challenges and capitalize on opportunities to continue innovating products and services.

Keywords: *Product and Service Innovation, Challenges, Opportunities*

PENDAHULUAN

Industri perbankan syariah telah menjadi bagian integral dari sistem keuangan di Indonesia dan di banyak negara di seluruh dunia. Dalam beberapa tahun terakhir, terutama sejak awal abad ke-21, sektor perbankan syariah telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Salah satu aspek penting dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing bank syariah adalah penerapan inovasi produk dan layanan¹. Untuk meningkatkan kinerja perbankan syariah, diperlukan inovasi yang tidak hanya untuk mengurangi pembiayaan tetapi juga untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, merancang produk yang lebih baik, memperpanjang siklus hidup produk, serta menanggapi kebutuhan dan permintaan nasabah. Namun, pengembangan produk dan layanan inovatif pada perbankan syariah masih terbatas, dan industri belum mampu memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara maksimal. Dalam konteks ini, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 adalah salah satu pemain utama dalam industri perbankan syariah di Indonesia, dan kuncinya adalah untuk terus

¹ Wahono, R. M., & Masykuroh, E. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Daya Saing dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso. *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 156-172.

berinovasi dalam produk dan layanan guna mengikuti perkembangan pasar keuangan yang dinamis².

Inovasi produk dan layanan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing bank syariah di Indonesia. Inovasi produk dan layanan memungkinkan bank syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin kompleks dan berubah, serta membatasi dampak konkurensi dari bank konvensional dan lembaga lainnya³. Inovasi produk dan layanan juga memungkinkan bank syariah untuk mengembangkan produk yang lebih bervariasi dan menarik, serta memfasilitasi transaksi yang lebih efektif dan efisien⁴. Inovasi dalam perbankan syariah menjadi semakin penting karena tantangan dari perkembangan teknologi, persaingan global, serta tuntutan konsumen yang semakin kompleks. Bank syariah perlu mengikuti perkembangan ini dan memastikan bahwa produk dan layanan tetap relevan, efisien, dan sesuai dengan prinsip syariah. Kegagalan untuk berinovasi dapat menyebabkan penurunan daya saing, penurunan pangsa pasar, dan ketidakmampuan untuk memenuhi nasabah yang semakin tinggi⁵.

Fenomena inovasi produk dan layanan Bank Syariah di Indonesia dapat ditarik dari perkembangan industri keuangan syariah secara global dan faktor-faktor lokal yang mendorong perubahan. Pada tingkat global, pertumbuhan ekonomi berbasis syariah telah menciptakan tuntutan untuk produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Di Indonesia, perkembangan ini diikuti dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap keuangan syariah. Faktor religius menjadi pendorong utama, di mana masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim semakin memahami pentingnya menggunakan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam⁶.

Industri perbankan syariah telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, namun pengembangan produk dan layanan inovatif masih terbatas⁷. Inovasi produk dan layanan

² Dz, A. S. (2018). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syaria'ah*, 10(1), 63–80.

³ Apriyanti, H. W. (2018). Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83–104.

⁴ Mukminin, A. (2018). Pentingnya Manajemen Inovasi pada Produk Perbankan Syariah agar Bisa Bersaing dengan Bank Konvensional. *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*.

⁵ Oktaviani, R. (2020). *Analisis Inovasi Produk dan Pelayanan pada Bank Jatim Syariah KC Madiun*. IAIN Ponorogo.

⁶ Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37.

⁷ Apriyanti, H. W. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis Peluang dan

memainkan peran kunci dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin kompleks, meningkatkan efisiensi operasional, serta menjaga daya saing pada Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 di tengah persaingan yang ketat. Penelitian ini penting karena mencerminkan tantangan dan peluang yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. Dengan fokus pada analisis penerapan inovasi produk dan layanan, penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang strategi yang diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar keuangan.

Untuk meningkatkan daya saingnya di pasar keuangan yang berkembang pesat, BSI KCP Cirebon Plered 1 perlu untuk terus menerapkan inovasi produk dan layanan. Inovasi bisa mencakup pengembangan produk perbankan yang sesuai syariah, pembaruan teknologi, dan peningkatan layanan nasabah. Penerapan inovasi dalam sektor perbankan syariah ini tidak selalu mudah. Terdapat berbagai macam tantangan yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1, termasuk memastikan bahwa inovasi tersebut tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, memahami kebutuhan nasabah, dan mengatasi kendala teknis. Selain itu, kompetisi dalam industri perbankan syariah juga semakin ketat dengan kehadiran berbagai pemain, termasuk bank konvensional yang juga menawarkan produk syariah⁸.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan menganalisis, mengobservasi masalah secara deskriptif tentang “analisis penerapan inovasi produk dan layanan dalam meningkatkan daya saing Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1”. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan mencari sumber data berjenis deskriptif, mencari dan menghasilkan penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuantitatif¹⁰. Untuk dapat memahami istilah penelitian kualitatif, maka dibutuhkan suatu teori. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang lebih menitikberatkan pada aspek pemahaman secara

Tantangan. *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(1), 16–23.

⁸ Dz, A. S. (2018). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syaria'ah*, 10(1), 63–80.

⁹ Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.

¹⁰ Ridwan, M. Suhar, A. M., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya penerapan literature review pada penelitian ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42–51.

mendalam terhadap suatu masalah.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kantor Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1, Jl. Raya Cirebon Bandung No. 30 Blok E & F, Desa Tegalsari, Kec. Plered, Kab. Cirebon, Jawa Barat 4154. Call Center Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 : (0231) 322898.

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian yang mana peneliti menggunakan instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan sering diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dinilai lebih akurat karena terperinci¹¹.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada¹². Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif, untuk itu penulis akan terjun langsung ke lapangan atau berinteraksi secara langsung untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan. Subyek penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. Untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan judul penelitian ini, penulis menggunakan beberapa jenis pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung.

¹¹ Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss.

¹² Rukajat, A. (2018). Pendekatan penelitian kualitatif (*Qualitative research approach*). Deepublish.

b. Observasi

Observasi merupakan sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek yang ada di lingkungan baik itu yang sedang berlangsung atau masih dalam tahap yang meliputi berbagai aktivitas perhatian terhadap suatu kajian objek yang menggunakan pengindraan. Observasi juga merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara sengaja atau sadar dan berurutan¹³.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang dapat dibuktikan atau dapat menjadi bukti secara hukum. Peneliti menggunakan jurnal, buku, serta karya-karya lain yang terkait dengan penelitian dan dipublikasikan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari *strengths*, *weakness*, *opportunities* dan *threats*. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan tantangan (*threats*).

Analisis SWOT berarti analisis berdasarkan pada *Strength-Weakness-Opportunities-Threats* yakni Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Tantangan. Melalui analisis SWOT, akan membantu dalam penyimpulan akhir penelitian. Analisis SWOT menggunakan matriks *internal factor evaluation* (IFE) dan matriks *external factor evaluation* (EFE), di mana IFE yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan tantangan (Handayani, 2022). Berdasarkan hasil analisis SWOT, terdapat empat alternatif strategi yang tersedia yaitu strategi SO, WO, ST dan WT¹⁴. Matriks SWOT digambarkan sebagai berikut:

¹³ Anufia, B., & Alhamid, T. (2019). *Instrumen Pengumpulan Data*

¹⁴ Satibi, I., & Najitama, F. (2021). *Manajemen Stratejik: Implementasi Manajemen Stratejik Sekolah Unggulan Vocational*. Nusamedia.

Tabel 1
Matriks SWOT

IFE EFE	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi SO (Strategi yang memanfaatkan kekuatan dan memanfaatkan peluang)	Strategi WO (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)
Tantangan (T)	Strategi ST (Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi tantangan)	Strategi WT (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari tantangan)

Alternatif strategi adalah hasil dari matriks analisis SWOT yang menghasilkan berupa Strategi SO, WO, ST dan WT. Alternatif strategi yang dihasilkan minimal 4 buah strategi sebagai hasil dari analisis matriks SWOT¹⁵. Strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO

Strategi itu dibuat berdasarkan jalan pikiran memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

Strategi ini merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi tantangan.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara

¹⁵ Soekapdjo, S., & Dewi, A. P. (2021). Potensi Pasar Pembiayaan KMF Purna BRISyariah iB Dengan Akad Murabahah (Pendekatan Analisis SWOT). *Jurnal Perspektif*, 19(1), 11–16.

meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan usaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari tantangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang berkembang saat ini. Dalam persaingannya dengan lembaga keuangan lain, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dituntut untuk meningkatkan kinerja manajemennya. Dengan melakukan inovasi dalam berbagai aspek termasuk produk bank yang akan dijual kepada masyarakat. Agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan lain, tentu saja Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 membutuhkan inovasi, terutama inovasi produk dan layanan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari beberapa *informan*, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menekankan pentingnya inovasi produk dan layanan sebagai strategi utama untuk membedakan diri dari pesaingnya. Dengan membandingkan produk dan layanan dengan lembaga keuangan lain, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dapat menilai keunggulan dan kekurangan produk, serta melakukan modifikasi yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing bank.

Untuk memasarkan produk yang telah diterapkan, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memberikan sosialisasi dan penyebaran brosur mengenai produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 kepada calon nasabah, meletakkan brosur-brosur produk Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 di area kantor bank agar nasabah yang datang dapat mengambil brosur tersebut, memberikan informasi melalui media sosial atau website resmi Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. Pelayanan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 diintegrasikan dengan prinsip-prinsip syariah dan menggunakan teknologi terkini seperti sistem manajemen layanan nasabah (CRM) dan perangkat lunak chat untuk memberikan layanan yang responsif dan efisien.

Dalam konteks ini, inovasi produk dan layanan tidak hanya membantu bank menarik minat nasabah baru dan mempertahankan yang sudah ada, tetapi juga memperkuat reputasi bank sebagai lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, inovasi menjadi kunci utama dalam memperkuat posisi Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 sebagai pemain yang kompetitif dan relevan dalam industri keuangan.

2. Identifikasi Tantangan dan Peluang Inovasi Produk dan Layanan

Berdasarkan data yang diperoleh dari beberapa *informan*, salah satu tantangan utama dalam hal inovasi produk dan layanan perbankan syariah adalah pemahaman masyarakat yang masih terbatas mengenai prinsip-prinsip syariah dalam perbankan. Dengan mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam sistem keuangan global, terutama dalam hal kekuatan tim dalam mendukung penerapan inovasi produk dan layanan.

Keunggulan kompetitif Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 terletak pada pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan nasabah, produk dan layanan yang melebihi harapan nasabah, serta dukungan teknologi yang mempercepat proses transaksi. Selain itu, bank memiliki hubungan yang kuat dengan lembaga keuangan lain dan mampu beradaptasi dengan tren pasar.

Di sisi lain, bank ini menghadapi beberapa tantangan internal seperti keterbatasan infrastruktur IT yang membutuhkan peningkatan, serta resistensi dari sebagian nasabah terhadap teknologi digital baru. Meski demikian, potensi pertumbuhan di segmen pasar yang belum terlayani dengan baik seperti UMKM memberikan peluang besar bagi Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 untuk mengenalkan produk dan layanan baru yang sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam menghadapi tantangan eksternal, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 melihat fintech sebagai peluang besar untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengedukasi masyarakat tentang prinsip-prinsip perbankan syariah. Meskipun demikian, bank ini perlu tetap memperhatikan keterbatasan akses teknologi bagi sebagian nasabah serta peraturan perbankan yang sering berubah untuk tetap relevan dan bersaing di pasar keuangan.

Kompleksitas produk perbankan syariah dan perubahan yang sering terjadi dalam fatwa dan regulasi syariah dapat menyebabkan kebingungan dan keraguan bagi nasabah, yang pada akhirnya dapat menghambat pengenalan dan penerimaan inovasi produk dan layanan baru oleh nasabah. Oleh karena itu, penanganan yang efektif terhadap keraguan nasabah merupakan langkah penting untuk memastikan kesuksesan pengadopsian inovasi dalam perbankan syariah.

3. Mengatasi Tantangan dan Peluang Inovasi Produk dan Layanan

Berdasarkan data yang diperoleh dari beberapa *informan*, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 secara konsisten menerapkan inovasi baru setiap tahun, dengan fokus yang jelas pada kebutuhan pasar serta evaluasi yang cermat. Selain itu, proses evaluasi dan identifikasi kelemahan dianggap sebagai bagian integral dalam upaya mencari solusi atau inovasi yang lebih optimal. Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 juga siap untuk menghentikan produk yang tidak lagi sesuai dengan kebutuhan pasar dan menggantinya dengan produk baru, menunjukkan kesiapan bank untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Secara keseluruhan, pendekatan yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 mencerminkan komitmen terhadap inovasi yang berkelanjutan serta pengembangan produk yang responsif terhadap kebutuhan pasar dan peraturan yang berlaku.

Untuk mengatasi kelemahan dan meningkatkan kinerja inovasi di BSI KCP Cirebon Plered 1, beberapa strategi harus diterapkan. Investasi pada infrastruktur IT harus ditingkatkan untuk memperbarui sistem dan memastikan integrasi yang lebih baik. Edukasi untuk nasabah juga harus diberikan untuk memperkenalkan nasabah pada manfaat layanan digital dan cara menggunakannya dengan aman. Target penjualan produk dan layanan baru harus diberikan kepada tim operasional dan strategi *telemarketing* harus diterapkan. Selain itu, kemitraan dengan penyedia *financial technology* (fintech) harus dicari untuk mendapatkan solusi teknologi terbaru yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Dengan demikian, kinerja inovasi di BSI KCP Cirebon Plered 1 dapat ditingkatkan.

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memiliki peluang besar dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Untuk mengatasi peluang digitalisasi dan meningkatkan daya saing Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon

Plered 1 terdapat beberapa strategi yang harus diterapkan. Pertama, investasi pada infrastruktur IT harus ditingkatkan untuk memperbarui sistem dan memastikan integrasi yang lebih baik. Kedua, aplikasi mobile banking harus dikembangkan lebih lanjut untuk menjadi lebih user-friendly. Ketiga, edukasi dan literasi keuangan harus ditingkatkan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang manfaat perbankan syariah dan produk inovatif BSI KCP Cirebon Plered 1. Keempat, strategi pemasaran yang lebih efektif harus dikembangkan untuk mempromosikan layanan digital dan meningkatkan kesadaran nasabah tentang peluang dan manfaat digitalisasi. Kelima, kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang teknologi digital harus ditingkatkan. Dengan langkah-langkah ini, BSI KCP Cirebon Plered 1 dapat meningkatkan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi, serta meningkatkan daya saing di pasar keuangan.

Tantangan utama Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 adalah persaingan ketat dengan bank konvensional dan bank syariah lainnya, serta regulasi yang cepat dan kompleks. Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memiliki kesadaran yang kuat akan pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan industri perbankan. Upaya untuk meningkatkan edukasi dan literasi keuangan bagi nasabah, terutama bagi nasabah yang memiliki akses terbatas terhadap teknologi digital, menunjukkan kepedulian terhadap inklusi keuangan dan layanan yang berkelanjutan. Meningkatkan pemahaman akan kebutuhan nasabah dan memperbarui strategi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran akan produk dan layanan baru juga merupakan langkah yang tepat untuk tetap relevan di pasar yang terus berubah dengan cepat.

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memiliki potensi besar untuk meningkatkan inovasi produk dan layanan melalui pendekatan yang terfokus pada kebutuhan pasar, penggunaan teknologi yang canggih, dan pemenuhan regulasi yang ketat. Dengan menggabungkan strategi ini, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dapat mengatasi tantangan internal dan eksternal yang dihadapinya dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri perbankan syariah.

B. Pembahasan

1. Analisis Penerapan Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing

Strategi yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dalam pengembangan produk antara lain dengan melakukan evaluasi terhadap produk yang sudah ada, membandingkan produk dengan produk bank syariah lainnya, dan menambahkan fitur-fitur baru pada produk Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2013:97), yaitu inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau jasa baru. Misalnya menambahkan fitur pembayaran tiket kereta api pada *mobile banking*, menu pembayaran listrik/air, menu pembayaran akademik, dan sebagainya. Dengan melakukan inovasi produk dan layanan, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menjadi salah satu perbankan syariah yang diminati oleh nasabah di Cirebon.

Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menunjukkan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi untuk meningkatkan kesadaran dan minat nasabah terhadap produk-produk bank syariah. Melalui sosialisasi, penyebaran brosur, informasi melalui media sosial, *website* resmi, dan penjelasan langsung oleh staf *marketing*, bank berusaha mencapai *audiens* yang lebih luas dan memperluas jangkauan pemasaran. Pendekatan ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya berbagai kanal komunikasi dalam mencapai nasabah potensial dan memperkuat posisi bank di pasar keuangan.

Secara keseluruhan, strategi pemasaran dan pendekatan inovatif yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 mencerminkan komitmen bank terhadap pertumbuhan yang berkelanjutan dan pengembangan produk yang responsif terhadap kebutuhan pasar. Dengan fokus pada keahlian tim, pemasaran yang terintegrasi, dan evaluasi efektivitas inovasi, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 berhasil memperkuat posisinya sebagai pemain yang kompetitif dan relevan dalam industri keuangan yang terus berubah.

Berikut analisis SWOT untuk Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. Analisis SWOT menggunakan matriks *internal factor evaluation* (IFE) dan matriks *external factor evaluation* (EFE), di mana IFE yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan tantangan.

Tabel 2
Matriks SWOT

<p>IFE</p> <p>EFE</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <p>1. Produk inovatif</p> <p>2. Kompetensi tim</p> <p>3. Pendekatan pemasaran terintegrasi</p>	<p>Kelemahan (W)</p> <p>1. Keterbatasan produk</p> <p>2. Ketergantungan pada lokalitas</p>
<p>Peluang (O)</p> <p>1. Pertumbuhan pasar UMKM</p> <p>2. Peningkatan kesadaran akan keuangan syariah</p>	<p>Strategi SO</p> <p>Meluncurkan produk-produk tambahan yang ditujukan untuk segmen UMKM untuk memperluas pangsa pasar.</p>	<p>Strategi WO</p> <p>Untuk mengatasi keterbatasan produk, bank dapat mengeksplorasi kemitraan dengan institusi lain atau mengembangkan produk baru yang sesuai dengan permintaan pasar dan prinsip syariah.</p>
<p>Tantangan (T)</p> <p>1. Persaingan industri keuangan</p> <p>2. Perubahan regulasi</p>	<p>Strategi ST</p> <p>Bank dapat meningkatkan fokus pada pemasaran terintegrasi untuk menghadapi persaingan industri keuangan yang ketat.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Memperkuat basis produk dan layanan yang ada untuk membuat bank lebih tahan terhadap persaingan industri keuangan dan perubahan regulasi.</p>

Melalui penerapan analisis SWOT, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dapat mengidentifikasi strategi terbaik untuk memanfaatkan peluang, mengatasi tantangan, dan memperkuat daya saingnya di pasar keuangan.

2. Analisis Identifikasi Tantangan dan Peluang Inovasi Produk dan Layanan

Inovasi produk dan layanan membutuhkan langkah-langkah sistematis dan strategis untuk mengidentifikasi ide-ide baru, menilai risiko, mengembangkan konsep, menguji dan meluncurkan produk atau layanan. Dengan demikian, inovasi dapat membantu meningkatkan daya saing, efisiensi dan nilai tambah bagi nasabah, serta

memastikan relevansi di pasar yang terus berubah. Daya saing menurut David (2016) ditentukan oleh keunggulan kompetitif suatu perusahaan dan tergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau disebut dengan keunggulan kompetitif.

Komitmen yang kuat terhadap prinsip-prinsip syariah adalah kekuatan utama Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dalam konteks inovasi produk dan layanan. Kekuatan ini memberikan kepercayaan tinggi dari nasabah yang menginginkan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, pengembangan layanan digital seperti *mobile banking* dapat memberikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi nasabah. Layanan digital ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan secara online, sehingga nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Kemampuan untuk menyediakan layanan yang responsif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah juga menjadi pembeda antara Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dengan pesaing.

Di sisi lain, kekuatan operasional bank tercermin dalam evaluasi menyeluruh terhadap proses operasional, kehadiran tim yang terampil dan berdedikasi, sistem manajemen risiko yang solid, dan akses yang baik ke sumber daya manusia yang berkualitas. Gabungan dari kedua aspek ini memberikan fondasi yang solid bagi Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 untuk terus berkembang dan menjadi pemain yang relevan dalam industri perbankan syariah. Tetap memantau perkembangan pasar dan terus meningkatkan kualitas layanan akan menjadi kunci untuk memenangkan hati nasabah dan mempertahankan posisi kompetitifnya.

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menghadapi sejumlah kelemahan internal yang menghambat kemampuan dalam mengadopsi dan menerapkan inovasi produk dan layanan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan infrastruktur IT yang memerlukan peningkatan dan integrasi yang lebih baik, serta kebutuhan akan pembaruan teknologi yang lebih modern. Kelemahan internal lainnya termasuk resistensi terhadap perubahan, kurangnya kemampuan dan keterampilan karyawan, kurangnya sumber daya, dan kurangnya komunikasi yang efektif dalam tim internal. Semua ini dapat menghambat kemampuan bank dalam mengadopsi inovasi dan memperkenalkan produk dan layanan baru dengan efektif kepada nasabah.

Di sisi layanan nasabah, terdapat kurangnya pemahaman dan kepercayaan terhadap produk dan layanan perbankan syariah. Nasabah juga merasa ragu tentang kesesuaian

produk dengan prinsip syariah. Untuk mengatasi kelemahan ini, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 perlu meningkatkan upaya edukasi kepada nasabah tentang produk dan layanan yang ditawarkan, serta memberikan jaminan kepatuhan produk terhadap prinsip syariah. Selain itu, resistensi terhadap teknologi digital baru dari beberapa nasabah juga menjadi hambatan, bersama dengan kurangnya pemahaman dan kepercayaan terhadap inovasi secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan pentingnya komunikasi yang lebih efektif antara bank dan nasabah, serta perlunya pendekatan yang proaktif untuk mengatasi ketidakpastian dan keraguan.

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memiliki peluang dalam menerapkan inovasi produk dan layanan, terutama mengingat kondisi pasar dan perkembangan teknologi yang mendukung. Salah satu peluang utama bagi bank adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Semakin berkembangnya kesadaran akan keberagaman layanan keuangan dan keinginan untuk mematuhi prinsip syariah, bank memiliki potensi untuk menarik lebih banyak nasabah yang mencari produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga menjadi peluang besar bagi Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1.

Digitalisasi memungkinkan pengembangan layanan yang lebih inovatif dan efisien, seperti melalui aplikasi *mobile banking*. Hal ini dapat meningkatkan kenyamanan dan kecepatan dalam bertransaksi bagi nasabah, sehingga memperkuat loyalitas dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Digitalisasi juga membuka peluang baru melalui kemudahan akses seperti melalui ATM dan aplikasi BSI *Mobile*. Dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal, bank dapat memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan keterjangkauan bagi nasabah di berbagai lokasi. Selain itu, terdapat potensi pertumbuhan yang signifikan di segmen pasar yang belum terlayani dengan baik, seperti UMKM. Bank dapat memanfaatkan peluang ini untuk memperkenalkan produk dan layanan baru yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti pembiayaan modal kerja syariah atau pembiayaan investasi yang berkelanjutan.

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 mengidentifikasi *fintech* sebagai peluang besar untuk meningkatkan efisiensi operasional. Integrasi teknologi keuangan dapat memberikan banyak manfaat, termasuk percepatan proses, pengurangan biaya,

dan peningkatan aksesibilitas layanan kepada nasabah. Dengan memanfaatkan *fintech*, bank dapat memperbaiki infrastruktur teknologi dan memperkenalkan solusi baru yang lebih efisien dalam menyediakan layanan kepada nasabah. Selain itu, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 juga mengamati peluang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah.

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menghadapi sejumlah tantangan eksternal yang mempengaruhi kemampuannya dalam menerapkan inovasi produk dan layanan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses teknologi bagi sebagian nasabah, yang dapat menghambat adopsi inovasi produk dan layanan baru yang berbasis teknologi. Meskipun kemajuan teknologi terus berlangsung, tidak semua nasabah memiliki akses atau pemahaman yang cukup terhadap teknologi yang diperlukan. Persaingan yang ketat dari bank-bank lain juga merupakan tantangan signifikan. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, bank perlu terus meningkatkan kualitas layanan dan memberikan nilai tambah yang berbeda agar tetap relevan dan dapat bersaing dengan efektif.

Untuk mengatasi tantangan ini, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 perlu mengambil langkah-langkah proaktif untuk meningkatkan aksesibilitas teknologi bagi nasabah, meningkatkan upaya edukasi nasabah, terus meningkatkan kualitas layanan, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi perbankan syariah yang kompleks. Dengan penanganan yang efektif terhadap tantangan eksternal, bank dapat meningkatkan kemampuannya dalam menerapkan inovasi produk dan layanan, memperluas pangsa pasar, dan terus mempertahankan relevansinya dalam industri perbankan syariah yang terus berkembang.

Berikut analisis SWOT untuk Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. Analisis SWOT menggunakan matriks *internal factor evaluation* (IFE) dan matriks *external factor evaluation* (EFE), di mana IFE yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan tantangan.

Tabel 3
Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">IFE</p> <p style="text-align: center;">EFE</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Komitmen syariah yang kuat 2. Pemahaman kebutuhan nasabah yang mendalam 3. Hubungan yang kuat dengan lembaga keuangan lain 4. Teknologi transaksi yang cepat 5. Tim yang terampil dan berdedikasi 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan Infrastruktur IT 2. Kurangnya pemahaman dan kepercayaan terhadap produk dan layanan syariah 3. Resistensi terhadap teknologi digital dari sebagian nasabah 4. Kurangnya kemampuan dan keterampilan karyawan 5. Kurangnya sumber daya
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk syariah 2. Perkembangan teknologi digital 3. Potensi pertumbuhan di segmen pasar yang belum terlayani 4. <i>Fintech</i> sebagai peluang efisiensi operasional 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan pengetahuan mendalam tentang nasabah untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar syariah. 2. Mengembangkan layanan <i>fintech</i> yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman transaksi yang lebih baik bagi nasabah. 3. Kolaborasi dengan lembaga keuangan lain untuk menawarkan produk 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investasi dalam teknologi terbaru untuk meningkatkan infrastruktur IT dan memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin digital. 2. Mengadakan kampanye edukasi digital dan menggunakan <i>platform</i> online untuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang manfaat produk syariah. 3. Menyediakan program pelatihan bagi nasabah untuk meningkatkan

	bersama yang dapat menjangkau segmen pasar baru.	kenyamanan dalam menggunakan layanan digital. 4. Menyelenggarakan program pelatihan rutin untuk karyawan agar lebih terampil dalam menggunakan teknologi baru.
<p>Tantangan (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan akses teknologi bagi sebagian nasabah 2. Persaingan ketat dari bank-bank lain 3. Peraturan perbankan yang sering berubah 4. Kompleksitas produk syariah dan perubahan fatwa dan regulasi syariah 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menekankan keunikan dan keunggulan produk syariah sebagai diferensiasi dalam persaingan pasar. 2. Kolaborasi dengan lembaga keuangan untuk menyediakan solusi teknologi yang lebih mudah diakses oleh nasabah. 3. Tim legal dan <i>compliance</i> yang kuat untuk memastikan kepatuhan terhadap perubahan regulasi. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggandeng mitra teknologi untuk memperkuat infrastruktur IT dan mengurangi beban sumber daya internal. 2. Melakukan kampanye edukasi yang berfokus pada manfaat dan kemudahan teknologi digital serta keunggulan produk syariah. 3. Menyediakan program pelatihan reguler untuk karyawan mengenai produk syariah dan perubahan regulasi agar tetap <i>up-to-date</i>.

Dengan mengimplementasikan strategi-strategi tersebut, diharapkan Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dapat lebih optimal dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan tantangan yang ada.

3. Analisis Mengatasi Tantangan dan Peluang Inovasi Produk dan Layanan

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menonjol dalam konsistensi dan

kesadaran akan inovasi dalam strategi. Dengan menerapkan inovasi baru setiap tahun, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menunjukkan komitmen yang kuat terhadap tanggung jawab terhadap kebutuhan pasar yang terus berubah. Pendekatan ini tidak hanya mencakup pengembangan produk dan layanan baru, tetapi juga proses evaluasi yang cermat dan identifikasi kelemahan yang dianggap sebagai bagian integral dari inovasi.

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memiliki kesadaran yang baik akan pentingnya mengelola sumber daya dengan bijaksana, dengan mempertimbangkan aspek biaya dan manfaat dalam setiap inovasi. Selain itu, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menunjukkan kesiapan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dengan menghentikan produk yang tidak lagi sesuai dengan kebutuhan pasar dan menggantinya dengan produk baru. Pendekatan yang diterapkan mencerminkan komitmen Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 terhadap inovasi berkelanjutan serta pengembangan produk yang responsif terhadap kebutuhan pasar dan peraturan yang berlaku. Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 terlihat siap untuk menghadapi tantangan di industri perbankan dengan memanfaatkan peluang untuk pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang.

Untuk meningkatkan kinerja inovasi, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 telah menerapkan beberapa strategi. Pertama, investasi dalam infrastruktur IT perlu ditingkatkan untuk memastikan sistem yang lebih modern dan terintegrasi dengan baik. Hal ini akan membantu memperbarui sistem teknologi yang ada dan memastikan bahwa bank siap menghadapi tuntutan pasar yang berkembang. Selain itu, program pelatihan dan edukasi bagi staf diperlukan agar memiliki keterampilan yang sesuai untuk mendukung inovasi teknologi yang terus berubah. Edukasi juga perlu diberikan kepada nasabah untuk memperkenalkan manfaat layanan digital dan memberikan panduan yang aman dalam penggunaannya. Selanjutnya, bank perlu menetapkan target penjualan produk dan layanan baru kepada tim operasional, serta menerapkan strategi telemarketing untuk meningkatkan kesadaran dan adopsi produk baru.

Kemitraan dengan penyedia *financial technology (fintech)* dapat menjadi langkah strategis untuk mendapatkan solusi teknologi terbaru yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan efektivitas layanan. Dalam mengatasi kelemahan infrastruktur

teknologi, rencana untuk melakukan pembaruan pada sistem manajemen data dan meningkatkan kecepatan internet merupakan langkah yang tepat. Melalui implementasi strategi ini, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dapat mengatasi tantangan infrastruktur teknologi, meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah, dan menciptakan *platform* yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar, serta memperkuat posisi Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dalam industri perbankan syariah yang semakin kompetitif.

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memiliki peluang besar untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah dengan menerapkan berbagai strategi. Pertama, dengan meningkatkan investasi dalam infrastruktur IT, bank dapat memperbarui sistem dan memastikan integrasi yang lebih baik, sehingga memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah dalam melakukan transaksi. Kedua, pengembangan aplikasi *mobile banking* yang lebih *user-friendly* akan meningkatkan aksesibilitas layanan digital bagi nasabah, yang dapat memperluas cakupan layanan bank. Ketiga, peningkatan edukasi dan literasi keuangan akan membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang manfaat perbankan syariah, serta produk inovatif yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. Selanjutnya, dengan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, bank dapat memperkuat kesadaran nasabah tentang peluang dan manfaat digitalisasi yang akan membantu meningkatkan adopsi layanan digital. Terakhir, peningkatan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan tentang teknologi digital akan menjadi langkah penting dalam memastikan bank dapat mengikuti perkembangan teknologi dan memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Adopsi *fintech* untuk mengembangkan layanan baru yang lebih efisien dan aman akan membantu bank meningkatkan efisiensi operasionalnya. Dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat tentang perbankan syariah, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dapat mengadakan berbagai acara edukasi, berpartisipasi dalam kegiatan komunitas, dan memanfaatkan media sosial untuk mencapai *audiens* yang lebih luas. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya dan memberikan layanan yang lebih baik kepada nasabah.

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 secara jelas menghadapi serangkaian tantangan yang kompleks dalam lingkungan yang dinamis. Persaingan sengit dengan bank konvensional dan bank syariah lainnya, bersama dengan regulasi yang cepat dan kompleks, serta ketidakstabilan ekonomi dan perubahan preferensi nasabah, semuanya menjadi faktor yang mempengaruhi kinerja dan inovasi bank. Dengan strategi yang diterapkan, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menunjukkan komitmen yang kuat untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang inovasi produk dan layanan.

Secara keseluruhan, strategi yang diusulkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengatasi tantangan eksternal dan memanfaatkan peluang inovasi. Dengan fokus yang kuat pada kepatuhan terhadap prinsip syariah, kepatuhan terhadap regulasi, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan nasabah, dan investasi dalam teknologi dan SDM, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 memiliki potensi besar untuk memperkuat posisinya dalam pasar keuangan dan membangun hubungan yang baik dengan nasabah.

Berikut analisis SWOT untuk Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1. Analisis SWOT menggunakan matriks *internal factor evaluation* (IFE) dan matriks *external factor evaluation* (EFE), di mana IFE yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan tantangan.

Tabel 4
Matriks SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
IFE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komitmen inovasi produk dan layanan yang kuat 2. Kesadaran terhadap kebutuhan pasar yang terus berubah 3. Fokus pada kebutuhan terhadap prinsip syariah dan regulasi perbankan 4. Investasi dalam infrastruktur IT 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan tentang teknologi digital 2. Keterbatasan infrastruktur teknologi yang mempengaruhi efisiensi operasional

EFE	5. Pembaruan kebijakan dan pelatihan staf	
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah 2. Kemitraan dengan penyedia <i>financial technology (fintech)</i> 3. Potensi <i>fintech</i> untuk meningkatkan efisiensi operasional 4. Peningkatan edukasi dan literasi keuangan 	<p>Strategi SO</p> <p>Mengembangkan produk dan layanan inovatif yang sesuai dengan prinsip syariah, serta memanfaatkan teknologi <i>fintech</i> untuk meningkatkan efisiensi operasional.</p>	<p>Strategi WO</p> <p>Melakukan pelatihan intensif untuk meningkatkan pengetahuan teknologi digital bagi karyawan, serta meningkatkan investasi dalam infrastruktur teknologi untuk mendukung kemitraan dengan <i>fintech</i>.</p>
<p>Tantangan (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan sengit dengan bank konvensional dan bank syariah lainnya 2. Regulasi yang cepat dan kompleks 3. Ketidakstabilan ekonomi 4. Perubahan preferensi nasabah 	<p>Strategi ST</p> <p>Meningkatkan efisiensi operasional melalui penggunaan teknologi IT yang canggih dan strategi pemasaran yang efektif untuk menghadapi persaingan.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Memperkuat kerja sama dengan lembaga pendidikan atau pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan teknologi digital karyawan, serta melakukan evaluasi dan pembaruan infrastruktur teknologi secara berkala untuk memenuhi persyaratan regulasi dan kebutuhan operasional.</p>

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dapat mengoptimalkan penggunaan kekuatan internal, memanfaatkan peluang

eksternal, serta mengatasi dan mengurangi dampak dari tantangan eksternal yang dihadapi.

PENUTUP

Kesimpulan

Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 telah menunjukkan komitmen yang kuat terhadap inovasi produk dan layanan sebagai strategi utama untuk meningkatkan daya saingnya. Melalui evaluasi produk yang ada, perbandingan dengan produk bank syariah lain, serta penambahan fitur baru, bank ini berhasil menarik minat nasabah dan meningkatkan pertumbuhan jumlah nasabah. Tantangan utama yang dihadapi termasuk keterbatasan infrastruktur IT, resistensi terhadap perubahan, dan kurangnya pemahaman nasabah tentang produk syariah. Namun, bank ini juga memiliki peluang signifikan, terutama dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah dan memanfaatkan perkembangan teknologi digital seperti fintech untuk meningkatkan efisiensi operasional. Dengan mengambil langkah-langkah proaktif dalam mengelola risiko keamanan, Bank Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 dapat terus berinovasi dalam produk dan layanan, memperluas cakupan layanan, dan meningkatkan pengalaman nasabah secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, H. W. (2018). Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83–104.
- David, F. R. (2016). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, Global Edition*. Pearson Education.
- Dz, A. S. (2018). Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 63–80.
- Gunawan, A. (2011). *Strategi Bank Negara Indonesia Syari'ah Cabang Pekanbaru dalam Meningkatkan Market Share Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Handayani, S. D., Mahadewi, N. M. E., & Surata, I. K. (2022). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Masceti Gianyar dalam Peningkatan Jumlah Pengunjung dan Nilai Ekonomi. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 4(2), 71–83.
- Khasanah, U. (2020). *Pengantar Microteaching*. Deepublish.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*, 13.
- Mukminin, A. (2018). Pentingnya Manajemen Inovasi pada Produk Perbankan Syariah agar Bisa Bersaing dengan Bank Konvensional. *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*.
- Nopitasari, E. (2017). Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah. *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, 91(5), 144.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Setiawan, Z., Suharyanto, S., Judijanto, L., Zahara, A. E., Suryadi, I., Juniarto, G., Wulandari, D., Premayani, N. W. W., & Wibowo, S. E. (2024). *Strategi Pengembangan Produk: Panduan Praktis untuk Keunggulan Kompetitif*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Soekapdjo, S., & Dewi, A. P. (2021). Potensi Pasar Pembiayaan KMF Purna BRI Syariah iB Dengan Akad Murabahah (Pendekatan Analisis SWOT). *Jurnal Perspektif*, 19(1), 11–16.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Ulum, F. (2014). Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 17(1), 33–59.
- Wahono, R. M., & Masykuroh, E. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Daya Saing dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso. *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 156–172.