

**PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA,
PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
DAYA SAING BPRS LAMPUNG BARAT**

Skripsi

AGUSTIANSYAH

NPM : 1851020228



Perogram Studi : Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2024**

**PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA,
PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
DAYA SAING BPRS LAMPUNG BARAT**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**



Perogram Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing 1:Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E

Pembimbing 2: Ahmad Hazas Syarif, M.E.I

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H/2024**

ABSTRAK

Peningkatan daya saing BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah) Lampung Barat menjadi fokus penelitian ini, dengan memperhatikan faktor-faktor kunci seperti kualitas sumber daya manusia, pelayanan, dan inovasi produk. Penelitian ini mengidentifikasi hubungan antara ketiga faktor tersebut dengan daya saing lembaga keuangan syariah di tingkat lokal.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penggunaan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dari nasabah BPRS Lampung Barat. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia, pelayanan, dan inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing BPRS Lampung Barat. Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa investasi dalam pengembangan SDM, peningkatan standar pelayanan, dan dorongan terhadap inovasi produk dapat menjadi strategi yang efektif bagi BPRS Lampung Barat untuk memperkuat posisinya di pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini memberikan kontribusi yang penting bagi manajemen BPRS Lampung Barat serta pengambil keputusan di sektor perbankan syariah, dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor kunci yang mempengaruhi daya saing lembaga keuangan syariah di tingkat lokal.

Kata Kunci: Kualitas Sumber Daya Manusia, Pelayanan, Inovasi Produk, Daya Saing

ABSTRACT

The enhancement of competitiveness in BPRS (Islamic People's Credit Bank) Lampung Barat is the focus of this research, with attention to key factors such as human resource quality, services, and product innovation. This study identifies the relationship between these three factors and the competitiveness of Islamic financial institutions at the local level.

A quantitative approach was utilized in this research, employing questionnaires as the data collection tool from BPRS Lampung Barat customers. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS software.

The research findings indicate that human resource quality, services, and product innovation significantly influence the competitiveness of BPRS Lampung Barat. The practical implications of these findings suggest that investment in human resource development, improvement of service standards, and encouragement of product innovation can be effective strategies for BPRS Lampung Barat to strengthen its position in an increasingly competitive market.

This research contributes significantly to the management of BPRS Lampung Barat and decision-makers in the Islamic banking sector by providing a better understanding of the key factors influencing the competitiveness of Islamic financial institutions at the local level.

Keywords: Human Resource Quality, Services, Product Innovation, Competitiveness.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agustiansyah
NPM : 1851020228
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing BPRS Lampung Barat”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saluran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka akan di tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 10 Jan 2024
Penulis



Agustiansyah
1851020228



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia,
Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Daya
Saing BPRS Lampung Barat**

Nama : Agustiansyah
NPM : 1851020228
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ahmad Habibi, S.E.,M.E
NIP. 197905142003121003

Ahmad Hazas Syarif, M.E.I
NIP. 198809292019031010

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Any Eliza, S.E., M.Ak
NIP.198308152006042004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing BPRS Lampung Barat” disusun oleh: Agustiansyah, NPM: 1851020228
Program Studi: Perbankan Syariah . Telah diujikan pada
Hari/Tanggal: Selasa, 26 Maret 2024.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Ridwansyah, M.E.,Sy

Sekretaris : Andika Saputra, M.M

Penguji I : Ersi Sisdianto, M.Ak

Penguji II : Ahmad Hazas Syarif, M.E.I

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Tulus Sutwanto., SE, M.M, Akt, CA

NIP. 197009262008011008

MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝ ١٠

Artinya: Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.(QS; Al-Jumu'ah: 10)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Teriring do'a dan rasa syukur kehadiran Allah SWT, Saya persembahkan sebuah karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih yang tulus, karya ini saya persembahkan untuk orang-orang yang sangat saya sayangi. Dan pada saat saya kehilangan kepercayaan atas diri saya sendiri, merekalah orang-orang yang selalu memberikan support untuk bangkit, disaat saya merasa putus asa merekalah yang selalu ada saat saya membutuhkan nasehat, mereka memberikan motivasi sehingga semangat itupun tumbuh lagi. Dan saya bersyukur memiliki mereka dalam hidup saya, bukan hanya baik tapi mereka adalah penyemangat hingga sampai saat ini. Mereka adalah:

1. Orang tua tercinta, Bapak Lasri (Alm) dan Ibu Nunun Suci Ati yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, mendidik dengan kesabaran, yang tiada pernah hentinya selama ini yang memberi semangat, do'a, nasehat, serta pengorbanan yang tak tergantikan untuk menuju keberhasilan dan kesuksesan bagi saya.
2. Kakak dan Adik tercinta Muhamad Fikri dan Ninda Lacinta yang selalu menyemangati, mendukung dan mendoakan keberhasilan bagi saya.
3. keluarga besar H. Syaripudin dan keluarga besar Sarnubi yang telah mendukung dan mendoakan keberhasilan bagi saya.

RIWAYAT HIDUP

Penulis, Agustiansyah dilahirkan pada tanggal 26 Agustus 2000 Buay Betanding, Sukau kabupaten Lampung Barat. Penulis merupakan anak kedua dari bapak Lasri(Alm) dan Ibu Nunun Suci Ati, Kakak bernama Muhamad fikri dan adik bernama Ninda Lacinta.

Pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri 1 Tapak Siring, Sukau, Lampung Barat lulus pada tahun 2012, Dilanjutkan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Sukau, Lampung Barat lulus pada tahun 2015. Kemudian dilanjutkan kembali pada jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Sukau, Lampung Barat lulus pada tahun 2018. Kemudian pada tahun 2018 penulis meneruskan pendidikan di Universitas Islam (UIN) Negeri Raden Intan Lampung, Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya berkat rahmat dan hidayah-Nya serta ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing BPRS Lampung Barat”

Shalawat serta salam senantiasa kita sampaikan kepada Nabi besar kita, Muhammad SAW, para sahabat serta pengikutnya. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana Satu (S1), Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa juga dihanturkan Terima Kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto., M.M, Akt., C.A. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, beserta wakil Dekan I, II, III dan jajaran.
2. Ibu Any Eliza, S.E., M.Akt.,Akt Selaku Kepala Prodi Perbankan Syariah yang senantiasa memeberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E.,M.E Selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, masukan, motivasi, dukungan dan meluangkan waktunya untuk membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ahmad Hazas Syarif, M.E.I selaku pembimbing II yang terus memberikan masukan dan arahan kepada penulis dan meluangkan waktu untuk membina penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu, kakak, adik, keluarga besar dan teman-teman penulis yang telah mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan perkuliahan dari awal sampai akhir.
6. Seluruh Dosen, Pegawai, Staf Fakultas Ekonomi dan BisnisIslam yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis semoga ilmuyang didapatkan oleh penulis berkah dan dapat berguna kedepannya.
7. Teman-teman Perbankan Syariah, Kelas C, Angkatann 2018 yang terus memberikan masukan-masukan dan bantuan dalam

menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah selalu senantiasa memberikan keberkahan kepada Bapak/Ibu Dosen, dan teman-teman semua yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu tidak lain karena keterbatasan waktu, dan kemampuan yang dimiliki dalam menulis skripsi ini. Untuk itu kepada para pembaca dapat memberikan saran yang membangun guna melengkapi skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau peneliti berikutnya untuk perkembangan ilmu khususnya ilmu Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, 07 Pebruari

2024Penulis,

Agustiansyah

1851020228



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	12
H. Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. <i>Grand Theory</i>	21
B. Daya Saing.....	22
C. Kualitas SDM	34
D. Kualitas Pelayanan	39
E. Inovasi Produk.....	47
F. Pengajuan Hipotesis	52
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Ruang Lingkup Penelitian	60
B. Populasi dan Sampel	60

C. Metode Pengumpulan Data	61
D. Metode Analisis Data	63
E. Oprasional Variabel Penelitian	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
A. Sekilas Gambaran Umum Objek Penelitian	73
B. Amalisis Dekriptif	74
1. Karakteristik Responden	74
2. Tanggapan Responden.....	76
C. Hasil Dan Pembahasan	90
1. Hasil Uji Kualitas Data.....	90
D. Hasil Analisa Data	96
1. Hasil Uji Asumsi Klasik	96
2. Hasil Uji Hipotesis	101
3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	106
E. Interpretasi	107
BAB V PENUTUP	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	121
Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian.....	121
Lampiran 2: Data Responden	125
Lampiran 3: Data Mentah Jawaban Responden.....	127
Lampiran 4: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS	135
Lampiran 5: Dokumentasi	141

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Statistik Bank Syariah	3
Tabel 1.2: Perbandingan Bank konvensional dan Bank Syariah.....	4
Tabel 1.3: Jumlah Nasabah BPRS Lampung Barat	9
Tabel 3.1: Skala Likert Point.....	62
Tabel 3.2: Operasional Variabel Penelitian.....	71
Tabel 4.1- 4.4: Data Responden	74-76
Tabel 4.5 – 4.24: Tanggapan Responden	76-90
Tabel 4.25: Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas SDM	91
Tabel 4.26: Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	92
Tabel 4.27: Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	93
Tabel 4.28: Hasil Uji Validitas Variabel Daya Saing.....	93
Tabel 4.29: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas SDM	94
Tabel 4.30: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	95
Tabel 4.31: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk	95
Tabel 4.32: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Daya Saing.....	96
Tabel 4.33: Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnof Test.....	99
Tabel 4.34: Uji Multikolinieritas.....	100
Tabel 4.35: Uji Determinasi (Adjusted R ²)	102
Tabel 4.36: Hasil Uji t (Parsial).....	103
Tabel 4.37: Hasil Uji F (Simultan).....	105
Tabel 4.38: Uji Regresi Linier Berganda	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4.1: Uji Normalitas Data (P-P Plot).....	97
Gambar 4.2: Uji Normalitas Histogram	98
Gambar 4.3: Scatter Plot (Uji Heteroskedastisitas)	101



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi ini, agar tidak menimbulkan kesalah pahaman dan memudahkan pembaca memahami isi dari skripsi ini, maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dalam judul skripsi ini. Judul skripsi ini yang di maksud adalah “**PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA, PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING BPRS LAMPUNG BARAT**”. Adapun uraian beberapa istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh :

Adalah merupakan sesuatu penelitian yang mencari nilai antara suatu variabel yang lain.¹

2. Kualitas Sumber Daya Manusia:

adalah kemampuan sumber daya manusia untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya dengan bekal pendidikan, pelatihan, dan pengalaman yang cukup memadai.²

3. Pelayanan:

adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memenuhi keinginan dan kebutuhannya serta membantu mempermudah suatu proses yang diinginkan konsumen.³

4. Inovasi Produk:

¹ Prof. Dr Sugiono, “*metode Penelitian Administrasi*”,(Bandung: Alfabeta,2002), h.4

² Dewi Kusuma Wardani and Ika Andriyani, ‘Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Keandalan Pelaporan Keuangan Pemerintahan Desa Di Kabupaten Klaten’, *Jurnal Akuntansi*, 5.2 (2017), 88–98.

³ Maraya Azizah Rashin and Astri Ghina, "Identifikasi Inovasi Dan Kinerja Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing," *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18.2 (2018), h.214.

Pengertian Inovasi produk merupakan ide pada suatu produk yang di presepikan oleh konsumen sebagai suatu produk baru. Lebih sederhananya inovasi produk dapat diartikan juga sebagai suatu terobosan yang berkesinambungan dengan suatu produk produk baru. Mengamati konsumen dengan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru adalah salah satu faktor yang terdapat pada inovasi produk.⁴

5. Daya Saing:

Secara sederhana daya saing merupakan kemampuan perusahaan untuk bersaing.⁵

B. Latar Belakang

Industri keuangan syariah telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Berdasarkan pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka dual banking system atau sistem perbankan ganda yang secara bersama-sama dengan perbankan konvensional melayani kebutuhan masyarakat.⁶

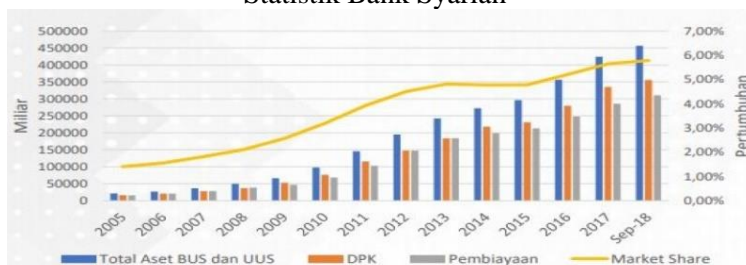
Tabel 1.1:

⁴ Muinah Fadhilah and Agus Dwi Cahya, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Moderasi', in *Forum Ekonomi*, 2022, h.610.

⁵ Nenah Sunarsih, 'Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya Saing Perusahaan', *Jurnal Akrab Juara*, 3 (2018), 17–28 <<http://www.neraca.co.id/article/49579/optima>>.

⁶ Dhika Putri Awwallin, 'Peluang, Tantangan, Dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi Asean (Mea) 2015', *Jurnal Akuntansi Unesa*, 3.2 (2015), h.15.

Statistik Bank Syariah



Sumber: www.ojk.go.id

Berdasarkan data statistik perbankan syariah mencatat bahwa industri perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan positif terutama Bank Umum Syariah (BUS)⁷. Hal ini dapat dilihat dari jumlahnya yang sudah memiliki 13 Bank Umum Syariah pada September 2018. Berdasarkan data Statistik Perbankan Syariah yang dilansir pada 3 September 2018, hingga akhir tahun 2017, total aset perbankan syariah mencapai 424,181 triliun rupiah atau 5,97% dari total aset perbankan. Pangsa pasar tersebut sebenarnya sudah meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 5,5%.

Tabel 1.2:

Perbandingan Bank konvensional dan Bank Syariah

⁷ Melan Rahmaniah and Hendro Wibowo, 'Analisis Potensi Terjadinya Financial Distress Pada Bank Umum Syariah (BUS) Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3.1 (2015), h.2.

Aspek	Bank Konvensional	Bank Syariah
Fungsi dan Kegiatan Bank	Intermediasi, Jasa Keuangan	Intermediasi, Manager Investasi, Investor, Sosial, Jasa Keuangan
Mekanisme dan Obyek Usaha	Tidak <i>antiriba</i> dan <i>antimaysir</i>	<i>Anti Riba dan Anti Maysir</i>
Prinsip Dasar Operasi	- Bebas nilai (prinsip materialis) - Uang sebagai Komoditi - Bunga	- Tidak bebas nilai (prinsip syariah Islam) - Uang sebagai alat tukar dan bukan komoditi - Bagi hasil, jual beli, sewa
Prioritas Pelayanan	Kepentingan pribadi	Kepentingan publik
Orientasi	Keuntungan	Tujuan sosial-ekonomi Islam, keuntungan
Bentuk	Bank komersial	Bank komersial, bank pembangunan, bank universal atau <i>multi-purpose</i>
Evaluasi Nasabah	Kepastian pengembalian pokok dan bunga (<i>creditworthiness</i> dan <i>collatera</i>)	Lebih hati-hati karena partisipasi dalam risiko
Hubungan Nasabah	Terbatas debitur-kreditor	Erat sebagai mitra usaha
Sumber Likuiditas Jk Pendek	Pasar Uang, Bank Sentral	Terbatas
Pinjaman yang diberikan	Komersial dan nonkomersial, berorientasi laba	Komersial dan nonkomersial, berorientasi laba dan ni laba
Lembaga Penyelesai Sengketa	BANI, PN	Pengadilan Agama, Badan Arbitrase Syariah Nasional
Risiko Usaha	- Risiko bank dan debitur tidak terkait langsung - Kemungkinan terjadi <i>negative spread</i>	- Risiko dihadapi bersama antara bank dan nasabah dengan prinsip keadilan dan kejujuran - Tidak mungkin terjadi <i>negative spread</i>
Struktur Organisasi Pengawas	Dewan Komisaris	Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah, Dewan Syariah Nasional
Investasi	Halal atau haram	Halal

Sumber: diolah dari berbagai sumber

Dari tabel di atas terdapat perbandingan/perbedaan bank konvensional dan bank syariah yang signifikan, baik dari aspek mekanisme dan obyek usaha, prinsip dasar operasi, serta investasinya. Selain itu, perbankan syariah di Indonesia yang masih muda umurnya, dituntut untuk bersaing dengan perbankan konvensional. Lebih jauh dari itu, sebagai lembaga intermediasi keuangan, perbankan syariah juga dituntut untuk memainkan peranan yang sangat vital dalam menggerakkan roda perekonomian bangsa sebagaimana perbankan konvensional yang berbasis sistem bunga.⁸

Sebagai sebuah lembaga perbankan yang baru tumbuh, lembaga perbankan syariah memiliki berbagai kendala dalam operasionalnya, baik kendala yang berasal dari dalam (*internal*) maupun kendala dari luar (*eksternal*) lembaga perbankan syariah. kendala internal seperti kurangnya sumber daya manusia yang memahami praktik perbankan syariah, standardisasi operasional pelayanan, rendahnya kuantitas dan kualitas riset, penempatan

⁸ Inni Basyarah, 'Peningkatan Efisiensi Dan Daya Saing Perbankan Syari'ah', *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2016), h.133.

posisi pasar yang kurang strategis, dan inovasi produk. Sedangkan kendala eksternal lebih mencerminkan perilaku masyarakat dalam memandang keberadaan bank syariah, seperti masih dominannya penggunaan produk perbankan konvensional, kepuasan masyarakat yang maksimal terhadap pelayanan Bank syariah, tingkat loyalitas masyarakat untuk tetap menggunakan Bank syariah, termasuk juga faktor psikologis, sosial budaya, dan pribadi.⁹

Perkembangan pesat yang terjadi dalam usaha bisnis perbankan berbasis syariah mengakibatkan meningkatnya daya saing lembaga perbankan syariah dan membuat lebih ketat persaingan yang terjadi di antara bank yang berbasis syariah. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan terus berupaya merumuskan dan menyempurnakan strategi bisnisnya dalam rangka memenangkan persaingan. Perusahaan berusaha memberikan perhatian pada penciptaan dan pemeliharaan keunggulan bersaing melalui penyampaian produk dan layanan yang lebih baik bagi nasabah.¹⁰

Pertumbuhan industri keuangan syariah belum diimbangi dengan ketersediaan sumber daya manusia yang memadai, yang berdampak pada praktik atau transaksi keuangan syariah di lapangan yang sering kali menyimpang. Padahal di satu sisi, kualitas SDM sebuah organisasi merupakan salah satu faktor utama baik atau buruknya organisasi termasuk di dalamnya perbankan syariah. Jika SDM lemah, maka perkembangan organisasi dapat terhambat dan produktivitasnya menjadi terbatas sehingga organisasi tidak mampu bersaing. Di sisi lain, masalah persaingan bank yang semakin ketat, membuat bank-bank berusaha untuk memberikan pelayanan dengan menawarkan berbagai produk yang dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam menjalankan transaksi perbankan. Hal-hal itu pula haruslah ditunjang oleh kesiapan sumber daya manusia yang ada pada bank tersebut.

⁹ A Juliandi and D Andriani, *Studi Perilaku Konsumen Perbankan Syariah* (Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli), 2019, h.38.

¹⁰ Dimas Elly Ana and Arif Zunaidi, 'Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19', *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1.1 (2022), h.168.

Profesionalisme karyawan dalam bekerja tentu akan menentukan sejauh mana usaha- usaha tersebut akan tercapai.¹¹

Berbagai penyebab yang menjadi penghalang laju pertumbuhan ini telah menjadi perhatian khusus oleh para pemerhati perbankan syariah. Sebab yang paling utama adalah karena masih kurangnya sumber daya manusia yang benar-benar berkompeten di bidang ekonomi syariah. Kekurangan sumber daya manusia tersebut menyebabkan perbankan syariah seolah hanya menjadi *follower* dari perbankan konvensional, mulai dari jenis produk perbankan, layanan, dan dijadikannya tingkat bunga yang berlaku sebagai acuan terhadap penentuan rate of return bank syariah. Semestinya, dengan adanya perbedaan prinsip operasional dengan perbankan konvensional, perbankan syariah mampu memberikan nilai lebih, menonjolkan unsur- unsur syariahnya, kemitraan, keterbukaan dan transparannya dan mengambil peluang yang dapat diciptakannya sendiri melalui produk-produknya, ataupun mengambil peluang yang tercipta secara alamiah mengingat mayoritas penduduk negara ini adalah beragama Islam.¹²

Industri perbankan syariah membutuhkan sumber daya manusia berkualitas yang memiliki multi pengetahuan dan *multi* keterampilan. SDM yang berkualitas dibutuhkan oleh industri perbankan syariah untuk mengelola bank dalam meningkatkan keuntungan industri perbankan syariah. Sumber daya manusia di bank syariah harus kreatif dan inovatif untuk mengembangkan dan memodifikasi produk perbankan. Sumber daya manusia di industri perbankan syariah harus memiliki kompetensi sebagai keahlian dalam perbankan dan keuangan Islam, selain itu harus memahami kontrak syariah, sehingga ia dapat memodifikasi produk yang memenuhi kepatuhan syariah. Sumber daya manusia yang islami

¹¹ Budi Fitriani, Neneng Nurhasanah, and Nunung Nurhayati, 'Pengaruh Etos Kerja Terhadap Peningkatan Daya Saing Perusahaan Pada BPRS Amanah Rabbaniyah Banjaran', *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 2016, h.625.

¹² Shonia Lingga Pratiwi and Hendry Cahyono, 'Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Peningkatan Kualitas SDM Bank Syariah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Lamongan', *Jurnal Ekonomi Islam*, 1.2 (2018), h.146.

harus mampu memberikan layanan bahwa produk perbankan syariah sesuai dengan prinsip dan etika Islam. Sumber daya manusia di industri perbankan syariah harus memiliki kompetensi dalam investasi yang ditanamkan keuangan, perbankan, soft skill, dan syariah. Tapi kondisi ini jarang terjadi di industri perbankan syariah. Masalah ini didirikan karena keterbatasan lembaga pendidikan dan pelatihan perbankan syariah.

Pertumbuhan bank syariah tersebut harus diiringi dengan usaha yang profesional untuk menyiapkan layanan yang memuaskan nasabah. Kondisi pasar sekarang lebih berorientasi kepada *buyer market* sehingga bank konvensional maupun bank syariah harus mulai berbenah diri dalam menghadapi persaingan yang kompetitif. Selain itu, bank syariah juga perlu terus melakukan inovasi produk dan dapat mengeksplorasi kekayaan skema keuangan yang variatif dan sekaligus bisa menunjukkan perbedaan dengan perbankan konvensional. Beberapa inisiatif yang dilakukan oleh bank syariah misalnya melakukan mirroring produk dan jasa bank syariah internasional serta mendorong bank syariah milik asing untuk membawa produk-produk yang sukses di luar negeri ke Indonesia. Program ini menjadi keharusan agar keunikan perbankan syariah dibandingkan dengan perbankan konvensional terlihat jelas.¹³

Banyak para pakar atau ahli manajemen yang menyatakan bahwa inovasi merupakan salah satu jaminan untuk perusahaan atau organisasi dalam meningkatkan daya saingnya. Pernyataan tersebut banyak didukung dengan hasil penelitian atau bukti empiris. Berbagai indikator menunjukkan bahwa ketertinggalan dalam hal inovasi atau faktor terkaitnya lainnya bisa menyebabkan sebuah negara relatif tertinggal perkembangan ekonomi dan kesejahteraan rakyatnya. Tetapi bagaimana menyikapi dan

¹³ S E Eva Sundari and CRBC MM, *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru)* (Penerbit Adab, 2021), h.6-7.

mengantisipasi ketertinggalan tersebut melalui sebuah inovasi bukanlah suatu jawaban yang sederhana dan mudah.¹⁴

Daya saing organisasi bank syariah mutlak diperlukan untuk meningkatkan persaingan bisnis keuangan syariah. Daya saing bank syariah harus berlomba untuk menciptakan berbagai macam inovasi yang sesuai dengan tuntutan bisnis. Beberapa tipe inovasi dibutuhkan untuk melihat apakah kebutuhan bisnis bank syariah sudah mampu menjawab kebutuhan konsumen. Inovasi produk merupakan tantangan bagaimana perbankan syariah mampu menciptakan produk, jasa, atau kombinasi sesuai kebutuhan nasabah dalam menjalankan mobilitas aktivitas sehingga bank syariah selalu digunakan dalam setiap kegiatan konsumen. Inovasi proses merupakan kesempatan bank syariah untuk menemukan proses bisnis yang baru yang memiliki nilai tambah bagi proses bisnis bank syariah. Inovasi organisasional harus melakukan adaptasi dengan produk dan proses bisnis melalui metode dalam mengelola sumber daya manusia yang memahami inti proses bisnis sehingga pegawai mampu memberikan kontribusi positif dan kinerja maksimal bagi sustainabilitas organisasi. Inovasi bisnis bagaimana industri perbankan syariah bisa menggabungkan ketiga inovasi ini menjadi keunggulan kompetitif dan model bisnis sehingga mampu bersaing pada industri secara global dan internasional. Jadi, daya saing organisasi merupakan strategi bisnis harus sejalan dengan strategi pengembangan sumber daya manusia sehingga mampu memberikan kontribusi maksimal bagi pertumbuhan bisnis perbankan syariah dan menciptakan keunggulan kompetitif.¹⁵

Deputi Komisioner Pengawas Industri Keuangan Non Bank OJK Mulya E.Siregar menjelaskan, turunya pertumbuhan ini pasti ada penyebabnya. Setidaknya ada lima hambatan yang

¹⁴ Endah Rahayu Lestari, *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif* (Universitas Brawijaya Press, 2019), h.1.

¹⁵ Ahmad Azmy, 'Mengembangkan Human Resource Management Yang Strategis Untuk Menunjang Daya Saing Organisasi: Perspektif Manajemen Kinerja (Performance Management) Di Bank Syariah', *Binus Business Review*, 6.1 (2015), h.81.

menyebabkan pertumbuhan perbankan syariah melambat. Adapun kelima hal tersebut adalah permodalan yang kecil, biaya dana yang mahal, biaya operasional yang belum efisien, layanan yang belum memadai serta kualitas SDM dan teknologi yang masih tertinggal jauh," terang dia. Sebanyak lima tantangan ini, menurut Mulya harus disikapi dengan strategi yang tepat. Misalnya, dengan melakukan inovasi produk, meningkatkan pemahaman masyarakat, meningkatkan permodalan, komitmen pemegang saham serta peningkatan kualitas dan kuantitas SDM.

Tabel 1.3:
Jumlah Nasabah BPRS Lampung Barat

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2018	571
2	2019	614
3	2020	664
4	2021	637

Sumber: BPRS Lampung Barat dari Tahun 2018-2021

Dari tabel diatas jumlah nasabah BPRS lampung barat setiap tahunnya terjadi peningkatan, tetapi terjadi penurunan di tahun berikutnya ini menandakan bahwa BPRS lampung barat harus lebih mengembangkan kualitasnya agar dapat mempertahankan sekaligus dapat bersaing dengan bank-bank lain yang ada di sekitarnya. Selain itu juga, pentingnya BPRS Lampung Barat ini untuk daerah sekitar yaitu bertujuan untuk Memacu pertumbuhan UKM di wilayah Lampung Barat dan sekitarnya, Menumbuhkan jiwa Kewirausahaan masyarakat dengan berbasis Ekonomi Syariah, menciptakan kader-kader asli daerah yang berorientasi Syariah. Usia BPRS Lampung Barat masih tergolong muda akan tetapi harus mampu bersaing terhadap bank bank lain di sekitar lampung barat

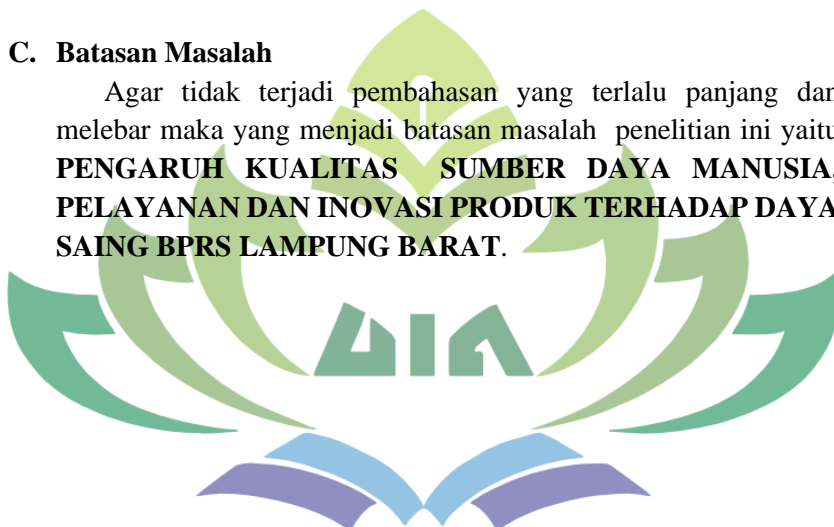
dan BPRS Lampung Barat memiliki potensi besar apabila mampu mengembangkan kualitas internal maupun eksternal yang ada.

Dengan adanya berbagai permasalahan di atas, diharapkan BPRS Lampung Barat dapat bertahan dan dapat meningkatkan daya saing di antara lembaga bank lainnya. Oleh karena itu, dibutuhkan sumber daya manusia, pelayanan dan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing BPRS.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk menulis skripsi yang berjudul “ **PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA, PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING BPRS LAMPUNG BARAT**”.

C. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi pembahasan yang terlalu panjang dan melebar maka yang menjadi batasan masalah penelitian ini yaitu **PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA, PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING BPRS LAMPUNG BARAT**.



D. Rumusan Masalah

Untuk mempermudah penulisan ini, maka penulis merumuskan terlebih dahulu permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap daya saing BPRS Lampung Barat?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap daya saing BPRS Lampung Barat?
3. Apakah ada pengaruh inovasi produk terhadap daya saing BPRS Lampung Barat?
4. Apakah ada pengaruh variabel kualitas sumber daya manusia, kualitas pelayanan, dan inovasi produk secara simultan terhadap daya saing BPRS Lampung Barat?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh kualitas SDM terhadap peningkatan daya saing BPRS Lampung Barat
2. Menguji pengaruh pelayanan terhadap peningkatan daya saing BPRS Lampung Barat
3. Menguji pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan daya saing BPRS Lampung Barat
4. Menguji pengaruh SDM, pelayanan, inovasi produk secara simultan terhadap daya saing BPRS Lampung Barat

F. Manfaat Penelitian

Dan manfaat penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, menambah wawasan dan pengetahuan yang dapat menstimulus untuk terus belajar mengenai perkembangan perbankan syariah dalam meningkatkan daya saing di Indonesia.
2. Bagi BPRS Lampung Barat, sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan perencanaan dan pengimplementasian SDM, pelayanan dan inovasi produk dalam meningkatkan daya saing bank syariah.
3. Akademisi, diharapkan dapat menjadi inspirasi lanjutan untuk mengembangkan ekonomi Islam dan memperluas informasi khususnya industri perbankan syariah.
4. Masyarakat, semoga dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perbankan syariah dan dapat ikut serta dalam membumikan produk perbankan syariah, sehingga dapat meningkatkan daya saingnya.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berdasarkan hasil penelitian kajian terdahulu yang relevan, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pelayanan, Inovasi Produk Terhadap Daya Saing BPRS Lampung Barat”

Penelitian terdahulu yang dilakukan Lia Margaret Silalahi dengan judul “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Literature Manajemen Sumber Daya Manusia)”, menunjukkan hasil pengujian bahwa Kualitas SDM berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Semakin baik kualitas SDM akan meningkatkan nilai kariawan dan produktivitsnya sehingga membuatnya lebih puas terhadap pekerjaannya Kompensasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Ketika kariawan mendapatkan nilai kompensasi secara terbuka dan sesuai maka kariawan akan memiliki kepuasan kerja yang lebih baik.Lingkungan kerja berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Bahwa semakin baik lingkungan dan suasana kerja maka kepuasan kariawan akan lebih

mudah tercapai didalam bekerja.¹⁶ Adapun persamaan dalam penelitian yaitu variabel pengaruh sumber daya manusia, sedangkan perbedaannya yaitu variabel kompensasi dan lingkungan kerja, objek penelitian, dan metode penelitian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Rahmah dengan judul “Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pembiayaan Murabahah Pengembangan UMKM” menunjukan hasil Hasil bahwa kualitas sumber daya manusia terhadap pembiayaan murabahah produktif di Bank Syariah Mandiri dalam pengembangan UMKM cukup tinggi dalam menjalankan usahanya sehingga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan murabahah produktif Bank Syariah Mandiri dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bone. Implikasi dari penelitian ini, pembiayaan murabahah produktif yang direalisasikan oleh Bank Syariah Mandiri diharapkan mampu memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk mengembangkan kompetensi yang dimiliki dengan senantiasa berkreasi dan berinovasi yang dilandasi dengan nilai-nilai bisnis berdasarkan syariat Islam.¹⁷ Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu variabel sumber daya manusia dan metode penelitian kuantitatif, sedangkan perbedaannya variabel pembiayaan murabahah pengembangan umkm dan objek penelitian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Fadila dengan judul “Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Sebagai Daya Saing Era Masyarakat Ekonomi Asean” menunjukkan hasil Kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSM kepada nasabah adalah baik dan dapat memuaskan nasabah. Dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah bukti fisik. Sehingga perusahaan harus selalu menjaga dan memperkuat kesan tentang kualitas, nyaman dan keamanan pada saat nasabah melakukan

¹⁶ Lia Margaret Silalahi, ‘Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Literature Manajemen Sumber Daya Manusia)’, *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3.3 (2022), h.266.

¹⁷ Syahidah Rahmah, ‘Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pembiayaan Murabahah Pengembangan UMKM’, *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 6.1 (2019), h.127.

transaksi dengan perusahaan. Dimensi bukti fisik merupakan aspek yang dapat terlihat oleh nasabah sehingga baik penampilan eksterior dan interior gedung, lay out kantor, perlengkapan kantor, seragam karyawan dan bukti fisik lain harus menunjukkan kesan kesatuan, harmonisasi dan sesuai dengan penentuan posisi yang sesuai dengan strategi komunikasi perusahaan kepada nasabah.¹⁸ Adapun persamaan dalam penelitian yaitu variabel kualitas pelayanan perbankan syariah dan variabel daya saing, sedangkan perbedaan yaitu jumlah sampel yang digunakan dan objek penelitian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Zakiy dengan judul “Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening” menunjukkan hasil bahwa penelitian ini dapat dijadikan bukti empiris yang menjelaskan pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dan pengaruh positif kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan peran variabel mediasi kepuasan kerja yang menghubungkan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Hasil dari penelitian ini memberikan kontribusi yang sangat penting bagi para pengambil kebijakan dalam perusahaan, khususnya dalam bidang pemasaran bank di 5 Bank Syariah yang diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang berujung pada loyalitas nasabah. Peran karyawan dalam memberikan pelayanan dapat mempengaruhi tinggi-rendahnya kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian ini dilakukan di 5 Bank Syariah, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini memiliki tingkat generalisasi yang tinggi.¹⁹ Adapun persamaan penelitian yaitu variabel Kualitas layanan dan metode penelitian kuantitatif, sedangkan perbedaan

¹⁸ Dewi Fadila, ‘Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Sebagai Daya Saing Era Masyarakat Ekonomi Asean’(2019), h.31.

¹⁹ Muhammad Zakiy and Evrita Putri Azzahroh, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2020), h.35.

yaitu variabel loyalitas nasabah, jumlah sampel, dan objek penelitian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Ferlangga dengan judul “Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah” menunjukkan hasil bahwa pengembangan inovasi produk perbankan syariah salah satunya adalah mengembangkan pembiayaan ke sektor korporasi dengan cara menerapkan 1) pembiayaan sindikasi, yakni pembiayaan yang diberikan kepada satu mudharib atau debitur oleh bankbank yang tergabung dalam satu kerjasama (musyarakah). 2) Inovasi dengan Trade Finance, fasilitas yang diberikan untuk membiayai kegiatan perdagangan debitur yang berkaitan dengan transaksi perdagangan luar negeri (ekspor-impor) maupun dalam negeri (jual beli). 3) Produk pengelolaan kas. 4) Pembiayaan Start up, adalah usaha dengan menggunakan basis teknologi informasi untuk produknya. 5) Business Development, yaitu salah satu fungsi manajemen perusahaan dalam upaya untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki oleh perusahaan.²⁰ Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu variabel inovasi produk dan metode penelitian kuantitatif, sedangkan perbedaan yaitu variabel mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah, jumlah sampel, dan objek penelitian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Fatimatuzahro dengan judul “Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pt. Bprs Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan” menunjukkan hasil bahwa Strategi yang dilakukan PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan untuk meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan melakukan inovasi produk. Sebelum melakukan inovasi produk, PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan melihat dari kebutuhan nasabah karena kebutuhan nasabah terus menerus mengalami perubahan. Inovasi produk tersebut selalu ditawarkan atau dipromosikan pada nasabah,

²⁰ Ferlangga Al Yozika and Nurul Khalifah, ‘Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah’, *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 1.02 (2019), h.100.

paling tidak PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan tetap eksis dalam melakukan penawaran meskipun berada ditengah persaingan Selain itu strategi yang dilakukan PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan adalah selalu mensosialisasikan setiap ada produk baru dan seluruh komponen bank bersinergi dengan baik dan kompak. Dengan adanya beberapa strategi yang dilakukan PT. BPRS Daya ArthaMentari Bangil Pasuruan maka ada perubahan dalam jumlah nasabahnya. Meskipun banyak persaingan tapi PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan tetap selalu melakukan inovasi-inovasi produk baik produk lama maupun menambah produk baru dengan tetap mempertahankan nasabah yang ada.²¹Adapun persamaan penelitian ini yaitu variabel inovasi produk, sedangkan perbedaan yaitu variabel meningkatkan jumlah nasabah dan objek penelitian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Rashin, Maraya Azizah, dan Astri Ghina dengan judul “Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing” menunjukkan hasil pengujian bahwa Dengan meningkatnya jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dan industri fashion di Kota Bandung, para pelaku usaha dituntut melakukan inovasi agar menjadi yang terbaik diantara pesaing lainnya sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis perusahaan. PT. Dharma Adi Mandiri, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di dalam industri fashion di Indonesia yang mempunyai brand bernama Applecoast dan telah meluncurkan brand terbarunya yaitu Noore Hijab Sport. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi inovasi pada inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pemasaran yang telah dilakukan oleh PT. Dharma Adi Mandiri. Selain itu, peneliti juga mengidentifikasi kinerja bisnis yang dilihat dari aspek profitabilitas, volume penjualan dan pangsa pasar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan penyajian secara deskriptif. Data diperoleh dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data

²¹ anik Fatimatuzahro And Aslikhah Aslikhah, ‘Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pt. Bprs Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan’, *Jurnal Mu'allim*, 2.1 (2020), h.92.

dalam penelitian ini adalah pemilik dari PT. Dharma Adi Mandiri, Purchasing dan GA di Noore, dan Area Manajer di Applecoast. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa PT. Dharma Adi Mandiri telah melakukan beberapa inovasi pada aspek inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pemasaran. Kemudian kinerja bisnis pada PT. Dharma Adi Mandiri telah menghasilkan kinerja bisnis yang lebih baik dilihat dari aspek profitabilitas, sales volume dan market share yang mengalami pertumbuhan.²² Adapun persamaan dalam penelitian yaitu variabel identifikasi inovasi dan variabel meningkatkan daya saing, sedangkan perbedaan yaitu variabel kinerja bisnis, objek penelitian dan jenis data kualitatif.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Apriyanti dan Hani Werdi dengan judul “Perkembangan Industri Perbankan Syariah di Indonesia: Analisis Peluang dan Tantangan” menunjukkan hasil pengujian bahwa Industri Perbankan Syariah memiliki peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi rakyat, berkontribusi dalam melakukan transformasi perekonomian pada aktivitas ekonomi produktif, bernilai tambah dan inklusif. Akan tetapi di era financial digital dan tingginya persaingan industri jasa keuangan seperti sekarang ini, perbankan syariah menghadapi berbagai tantangan, terutama berkaitan dengan rendahnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) dan keterbatasan modal. Oleh karena itu industri perbankan syariah harus memanfaatkan berbagai peluang, yaitu dengan menyediakan inovasi produk berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) untuk menyediakan beragam pilihan dan memperluas jangkauan pada masyarakat. Akan tetapi, sampai saat ini inovasi produk perbankan syariah tersebut masih sangat terbatas. Selain itu, hal lain yang tidak kalah penting untuk mendukung perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia adalah dengan memanfaatkan peluang pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan ketersediaan dana bank syariah. Dengan

²² Maraya Azizah Rashin and Astri Ghina, ‘Identifikasi Inovasi Dan Kinerja Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing’, *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18.2 (2018), h.214.

memanfaatkan peluang tersebut, industri Perbankan syariah di Indonesia dapat berkembang dan memiliki daya saing.²³

Penelitian terdahulu yang dilakukan Ribut Muji Wahono dan Ely Masykuroh dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso” menunjukkan hasil pengujian bahwa Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap daya saing dengan brand image sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Yos Sudarso Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan data primer sebagai acuan. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan menjadikan pelanggan sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner dengan penyebaran yang dilakukan langsung kepada pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan menggunakan teknik incidental sampling. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan analisis jalur.²⁴ Adapun persamaan dalam penelitian yaitu variabel pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan daya saing dan jenis data kuantitatif, sedangkan perbedaan yaitu objek penelitian dan jumlah sampel.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Temmy Wijaya & Ana Maghfiroh dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape “Wangi Prima Rasa” Di Binakal Bondowoso)” menunjukkan hasil pengujian bahwa Perusahaan yang sustainable adalah perusahaan

²³ Hani Werdi Apriyanti, ‘Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia: Analisis Peluang Dan Tantangan’, *Maksimum*, 8.1 (2018), h.17.

²⁴ Ribut Muji Wahono and Ely Masykuroh, ‘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: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1.2 (2022), h.157.

yang dapat berkembang dalam berbagai produk, bertahan dan berdaya saing dengan perusahaan lainnya, termasuk pabrik Tape Prima Rasa. Penelitian ini fokus masalah pada Bagaimana proses pengembangan produk tape “Wangi Prima Rasa” dan strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya saing di Desa Sumber Tengah Kecamatan Binakal Kabupaten Bondowoso. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian yaitu reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian ini : strategi pengembangan produk tape “Wangi Perima Rasa” meliputi beberapa tahap dari awal sampai finishing, melalui proses pengembangan tape dengan munculnya ide, pengembangan dan pengujian konsep produk. Strategi untuk meningkatkan daya saing diantaranya produk baru bagi dunia, lini produk baru, penyempurnaan produk yang sudah ada, repositioning, pengurangan biaya.²⁵ Adapun persamaan dalam penelitian yaitu variabel daya saing, sedangkan perbedaan yaitu variabel strategi pengembangan produk dan objek penelitian.



²⁵ Temmy Wijaya and Ana Maghfiroh, ‘Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape “Wangi Prima Rasa” Di Binakal Bondowoso)’, *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2.1 (2018), h.87.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab dimana antara bab yang satu dengan bab yang lainnya saling berkaitan. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini mengutarakan gagasan yang mendasari penyusunan penelitian atau pokok permasalahan, rumusan masalah yang menjadi pertanyaan untuk dilakukannya penelitian, tujuan yang akan dicapai dan manfaat yang diharapkan dari penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini berisi penjelasan mengenai landasan teori, penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi/rujukan penulisan, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis penelitian yang diusulkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, definisi operasional dan variabel, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas sumber daya manusia, pelayanan, dan inovasi produk terhadap daya saing BPRS Lampung Barat

BAB V PENUTUP

Bagian ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk seluruh pihak yang berkaitan dengan penelitian ini maupun untuk peneliti berikutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

A. *Grand Theory*

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Competitive Startegy*. Teori *Competitive Startegy* menurut Michael E. Porter adalah kombinasi antara akhir (tujuan) yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kekuatan) dimana perusahaan berusaha sampai kesana. Perumusan strategi bersaing harus mempertimbangkan empat faktor utama yang menentukan batas-batas yang dapat dicapai oleh perusahaan dengan berhasil. Kekuatan dan kelemahan perusahaan merupakan profil dari kekayaan dan keterampilannya relatif terhadap pesaing, yang meliputi sumber daya keuangan, posisi teknologi, identifikasi merk, dan lain-lain. Kekuatan dan kelemahan yang dikombinasikan dengan nilai-nilai tersebut menentukan batas intern (bagi perusahaan) terhadap strategi bersaing yang dapat diterapkan oleh perusahaan dengan berhasil. Batas-batas ekstern ditentukan oleh industri dan lingkungannya yang lebih luas. Peluang dan ancaman industri menentukan lingkungan persaingan, dengan resiko serta imbalan potensial yang menyertainya.²⁶

Dalam analisisnya tentang strategi bersaing (*competitive strategy* atau disebut juga *Porter's Five Forces*) suatu perusahaan, Michael A. Porter Dalam jurnal M Nadjib mengintrodusir ada 3 jenis strategi generik, yaitu: Keunggulan Biaya (*CostLeadership*), Pembedaan Produk (*Differentiation*), dan Fokus.²⁷

²⁶ Kunto Ajibroto and Dematria Pringgabayu, 'Meningkatkan Daya Saing Produk Perbankan Melalui Analisis Lingkungan Strategis: Kasus Produk Kredit Pegawai BPR Bhakti Daya Ekonomi', *Telaah Bisnis*, 17.2 (2017), h.102.

²⁷ M Nadjib Usman and Haryati Setyorini, 'Pendampingan Penyusunan Strategi Untuk Peningkatan Daya Saing UKM Dalam Memasuki Era Digital Pada CV. Indosarana Global Surabaya', *Darmabakti: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1.1 (2020), h.21-22.

B. Daya Saing

1. Pengertian Daya Saing

Daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Menurut *World Economic Forum*, suatu lembaga yang secara rutin menerbitkan “*Global Competitiveness Report*” mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.²⁸

Menurut Porter Dalam buku Yeni Absah, Perusahaan tidak luput dari persaingan dalam mencapai tujuannya. Salah satu cara untuk mempertahankan atau meningkatkan efektivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya adalah dengan memperbaiki dan mengembangkan keunggulan komparatif (*comparative advantage*) di bidang sumber daya manusia. Persaingan merupakan suatu konsep yang menentukan berhasil tidaknya perusahaan mencapai tujuannya. Persaingan menentukan bagaimana suatu perusahaan dapat mendukung kinerjanya, seperti inovasi dan budaya kohesif. Oleh karena itu sesuatu keharusan bagi perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat dalam memenangkan persaingan. Strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan di dalam suatu industri, arena fundamental tempat bersaing terjadi. Strategi bersaing bertujuan untuk menentukan posisi yang menguntungkan dari kekuatan-kekuatan pesaing (*competitor*). Oleh karena itu daya saing yang tinggi merupakan sesuatu keharusan bagi perusahaan untuk mencapainya, karena tanpa itu sulit bagi perusahaan untuk bertahan dan bersaing. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam strategi bersaing, antara lain, daya tarik industri untuk kemampulabaan (*profitability*) jangka panjang dan faktor-faktor yang menentukannya. Hal ini dikemukakan karena tidak semua perusahaan menawarkan peluang yang sama untuk kemampulabaan secara berkesinambungan dan yang inheren

²⁸ Annisa Diana Haq, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Kabupaten Bantul’, *Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2016.

dengan perusahaannya. Pada sisi lain, faktor-faktor penentu dalam strategi bersaing relatif dalam suatu perusahaan. Pada kebanyakan perusahaan, lebih mementingkan kemampulabaan dari faktor-faktor penting lainnya. Kedua faktor tersebut tidak dapat secara parsial dilakukan untuk menentukan strategi bersaing. Sebuah perusahaan dalam industri yang mempunyai posisi lebih baik dari perusahaan lainnya mungkin saja tidak memperoleh laba yang lebih tinggi seandainya memilih posisi bersaing yang buruk. Sebaliknya, sebuah perusahaan dalam posisi bersaing yang lebih baik mungkin memperoleh laba yang lebih rendah dalam industri. Oleh karena itu kedua faktor tersebut harus dilakukan secara bersama-sama dalam strategi bersaing.²⁹

Penjelasan tentang istilah daya saing ini, yaitu: “Kata daya dalam kalimat daya saing bermakna kekuatan, dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu. Artinya daya saing dapat bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau institusi tertentu. Daya saing menurut referensi Pusat Studi dan Pendidikan Kebanksentralan Bank Indonesia harus mempertimbangkan beberapa hal:³⁰

- a. Daya saing mencakup aspek yang lebih luas dari sekedar produktivitas atau efisiensi pada level makro. Hal ini memungkinkan kita lebih memilih mendefinisikan daya saing sebagai “Kemampuan suatu perekonomian” daripada “Kemampuan sektor swasta atau perusahaan”
- b. Pelaku ekonomi atau *economic agent* bukan hanya perusahaan, akan tetapi juga rumah tangga, pemerintah, dan lain-lain. Semuanya berpadu dalam suatu sistem ekonomi yang sinergis. Tanpa memungkiri peran besar sektor swasta perusahaan dalam perekonomian, fokus perhatian akan

²⁹ Yeni Absah and others, ‘Strategi Keunggulan Bersaing UMKM’, 2016, h.11-12.

³⁰ Diana Yumanita, ‘Bank Syariah: Gambaran Umum’, Jakarta: Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia, 2005, h.13-14.

diperluas, tidak hanya terbatas akan hal itu saja dalam rangka menjaga luasnya cakupan konsep daya saing.

- c. Tujuan dan hasil akhir dari meningkatnya daya saing suatu perekonomian tak lain adalah meningkatnya tingkat kesejahteraan penduduk di dalam perekonomian tersebut. Kesejahteraan atau *level of living* adalah konsep yang maha luas yang pasti tidak hanya tergambarkan dalam sebuah besaran variabel seperti pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi hanya satu aspek dari pembangunan ekonomi dalam rangka peningkatan standar kehidupan masyarakat.
- d. Kata kunci dari konsep daya saing adalah kompetisi. Disinilah peran keterbukaan terhadap kompetisi terhadap para kompetitor menjadi relevan. Kata daya saing menjadi kehilangan maknanya pada suatu perekonomian yang tertutup.

Berkaitan dengan penjelasan konsep daya saing, secara tidak langsung setiap organisasi atau kemitraan memiliki konsep membuka jaringan agar akses perluasan produk dapat dinikmati masyarakat luas, beberapa alasan organisasi melakukan sinergi atau kemitraan antara lain: (a) memperoleh akses ke dalam pasar baru, (b) memasuki bisnis baru, (c) memperkenalkan produk baru, (d) mengatasi halangan perdagangan, (e) menghindari persaingan tidak sehat, (f) menggabungkan sumber daya, keahlian dan modal risiko, (h) berbagi risiko, dan (i) berbagi biaya penelitian dan pengembangan.³¹

³¹ Tumar Sumihardjo, *Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Melalui Pengembangan Daya Saing Berbasis Potensi Daerah* (Fokusmedia, 2008).

2. Ruang Lingkup Daya Saing

Daya saing merupakan suatu konsep mekanisme yang mempertimbangkan sekelompok indikator diluar perusahaan yang menekankan kinerja relatif antar perusahaan. Daya saing harus ditempatkan dalam konteks komparatif, dalam arti harus dibandingkan dengan perusahaan lain.

Menurut Azmi menyatakan bahwa, daya saing organisasi bank syariah mutlak diperlukan untuk meningkatkan persaingan bisnis keuangan syariah. Daya saing bank syariah harus berlomba untuk menciptakan berbagai macam inovasi yang sesuai dengan tuntutan bisnis. Bank syariah di Indonesia ke depannya harus bisa memiliki kekuatan tersendiri dalam menarik nasabah Indonesia dan masyarakat dunia, baik dari segi produk yang inovatif, profit margin kepada nasabah maupun bagi hasil yang bersaing. Untuk itulah, salah satu upaya bersaing dengan bank asing perlu adanya strategi-strategi khusus bank syariah Indonesia untuk meningkatkan daya saing dan nantinya pangsa pasar akan lebih luas tidak hanya berkuat pada penduduk Indonesia yang mayoritas muslim.³²

Menurut Kasmir dalam buku Yeni Absah, untuk menjalankan strategi perusahaan yang kompetitif, bank diharapkan terus-menerus memantau setiap gerak-gerik pesaingnya. Informasi mengenai kegiatan pesaing ini dapat dicari melalui berbagai cara, baik melalui intelegensi pemasaran maupun sumber informasi lainnya. Tujuannya adalah agar bank mampu mengetahui keunggulan dan kelemahan pesaing.³³

Sedangkan menurut Porter dalam buku Yeni Absah, dalam menghadapi persaingan di masa kini tidak hanya cukup dilihat dari efektifitas operasionalnya. Perusahaan perlu melakukan lebih daripada sekedar efektivitas operasional dalam hal

³² Azmy, " Mengembangkan human resource management yang strategis untuk menunjang daya saing organisasi: perspektif manajemen kinerja (performance management) di bank syariah", 2015, h.80.

³³ Absah and others, "Strategi Keunggulan Bersaing UMKM", 2016, h.11.

kinerjanya. Perusahaan perlu mengembangkan *competitive strategy* yang akan menjadikan perusahaan berbeda dibandingkan dengan pesaingnya. Porter berpendapat bahwa *competitiveness* (daya saing) perusahaan dapat dilihat melalui *competitive advantage* yang dimiliki dibandingkan dengan pesaingnya, melalui *cost advantage*, dengan elemen utama yaitu produktivitas.³⁴

Sebagai langkah konkrit upaya pengembangan perbankan syariah di Indonesia, maka Bank Indonesia telah merumuskan sebuah Grand Strategi Pengembangan Pasar Perbankan Syariah, sebagai strategi komprehensif pengembangan pasar yg meliputi aspek-aspek strategis, yaitu: Penetapan visi 2010 sebagai industri perbankan syariah terkemuka di ASEAN, pembentukan citra baru perbankan syariah nasional yang bersifat inklusif dan universal, pemetaan pasar secara lebih akurat, pengembangan produk yang lebih beragam, peningkatan layanan, serta strategi komunikasi baru yang memposisikan perbankan syariah lebih dari sekedar bank.³⁵

Selanjutnya berbagai program konkrit telah dan akan dilakukan sebagai tahap implementasi dari *grand strategy* pengembangan pasar keuangan perbankan syariah, antara lain adalah sebagai berikut:³⁶

- a. menerapkan visi baru pengembangan perbankan syariah pada fase I tahun 2008 membangun pemahaman perbankan syariah sebagai Beyond Banking, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.50 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 40%, fase II tahun 2009 menjadikan perbankan syariah Indonesia sebagai perbankan syariah paling atraktif di ASEAN, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.87 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 75%. Fase III tahun 2010 menjadikan perbankan syariah Indonesia sebagai

³⁴ Ibid.

³⁵ Salma Mahmudah, 'Globalisasi Pasar Dan Kesiapan Perbankan Syariah Di Indonesia', *Dinar: Jurnal Prodi Ekonomi Syariah*, 2.2 (2019), h.138.

³⁶ Syaakir Sofyan, 'Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia', *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 10.2 (2016), h.108-109.

perbankan syariah terkemuka di ASEAN, dengan pencapaian target asset sebesar Rp.124 triliun dan pertumbuhan industri sebesar 81%.

- b. program pencitraan baru perbankan syariah yang meliputi aspek *positioning*, *differentiation*, dan *branding*. *Positioning* baru bank syariah sebagai perbankan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, aspek diferensiasi dengan keunggulan kompetitif dengan produk dan skema yang beragam, transparans, kompeten dalam keuangan dan beretika, teknologi informasi yang selalu *update* dan *user friendly*, serta adanya ahli investasi keuangan syariah yang memadai. Sedangkan pada aspek *branding* adalah “bank syariah lebih dari sekedar bank atau *beyond banking*”.
- c. program pemetaan baru secara lebih akurat terhadap potensi pasar perbankan syariah yang secara umum mengarahkan pelayanan jasa bank syariah sebagai layanan universal atau bank bagi semua lapisan masyarakat dan semua segmen sesuai dengan strategi masing-masing bank syariah.
- d. program pengembangan produk yang diarahkan kepada variasi produk yang beragam yang didukung oleh keunikan *value* yang ditawarkan (saling menguntungkan) dan dukungan jaringan kantor yang luas dan penggunaan standar nama produk yang mudah dipahami.
- e. program peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh SDM yang kompeten dan penyediaan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah serta mampu mengkomunikasikan produk dan jasa bank syariah kepada nasabah secara benar dan jelas, dengan tetap memenuhi prinsip syariah.
- f. program sosialisasi dan edukasi masyarakat secara lebih luas dan efisien melalui berbagai sarana komunikasi langsung, maupun tidak langsung (media cetak, elektronik, online/web-site), yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang kemanfaatan produk serta jasa

perbankan syariah yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

Daya saing perusahaan merupakan sumber yang utama untuk menghasilkan perbedaan dalam laba antara perusahaan dalam sebuah industri. Maka dapat dikatakan bahwa daya saing pada bank syariah adalah sejauh mana manajemen di bank syariah yang bersangkutan dalam menghasilkan perbedaan dalam laba dengan lembaga pesaing berdasarkan beberapa faktor pendukung dan potensi yang dimiliki bank syariah seperti kualitas SDM, sarana dan prasarana serta strategi dalam kegiatan usaha.³⁷

Ada empat strategi khusus bank syariah dalam meningkatkan daya saing di era globalisasi.³⁸

a. Membentuk SDI Berkualitas Hal ini merupakan peluang yang sangat prospektif, sekaligus merupakan tantangan bagi kalangan akademisi dan dunia pendidikan untuk menyiapkan Sumber Daya Insani (SDI) yang berkualitas yang ahli di bidang ekonomi syari'ah, bukan karbitan seperti yang banyak terjadi selama ini. Tingginya kebutuhan SDI bank syari'ah ini menunjukkan bahwa sistem ekonomi syariah semakin dibutuhkan oleh masyarakat karena Sumber Daya Insani menjadi aset terpenting dalam dunia industri manapun termasuk perbankan syariah. Peningkatan kuantitas jumlah bank syari'ah yang cepat tersebut, tanpa diiringi dengan peningkatan kualitas SDI syari'ah, hanya akan bersifat fatamorgana dan artifisial. Hal ini perlu diperhatikan dalam pengembangan bank syariah. Selama ini praktisi perbankan syari'ah didominasi mantan praktisi perbankan konvensional yang hijrah kepada bank syari'ah atau berasal dari alumni perguruan tinggi umum yang berlatar belakang ekonomi konvensional. Umumnya

³⁷ Fitriani, Nurhasanah, and Nurhayati. "Pengaruh Etos Kerja terhadap Peningkatan Daya Saing Perusahaan pada BPRS Amanah Rabbaniyah Banjaran,"(2016), h.624.

³⁸ Basyarah, "Peningkatan Efisiensi dan Daya Saing Perbankan Syari'ah,"(2016), h.140-143.

mereka biasanya hanya diberi training singkat (2 minggu) mengenai ekonomi syari'ah atau asuransi syari'ah lalu diterjunkan langsung sebagai praktisi ekonomi syari'ah. Selanjutnya, sebagian mereka mengikuti *training* MODP selama satu bulan. Seringkali training seperti ini kurang memadai, karena yang perlu di-*upgrade* bukan hanya *knowledge* semata, tetapi juga paradigma syari'ah, visi dan misi, serta kepribadian syari'ah, bahkan sampai kepada membangun militansi syariah. Selain itu, materi ekonomi syari'ah tidak mungkin bisa dipelajari hanya dalam waktu 2 minggu atau 2 bulan. SDM bank syariah haruslah SDM yang multi dimensi, yang memiliki kompetensi lintas keilmuan. Ia harus memiliki kompetensi sebagai seorang ahli investasi, sekaligus ahli keuangan dan perbankan, beretika, serta memahami *sharia compliancy*. Pemenuhan SDM engan kompetensi lengkap seperti ini harus dilakukan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, melalui proses rekrutmen dan pelatihan.

- b. Ekspansi Segmen Pasar Syariah Disadari atau tidak, segmentasi pasar perbankan syariah di Indonesia masih terfokus kepada masyarakat muslim saja. Padahal universalitas ekonomi Islam tidak hanya sebatas masyarakat muslim saja. Hal yang paling penting adalah bahwa perbankan syariah bukan hanya diperuntukkan bagi masyarakat muslim saja, tetapi non-muslim pun bisa menikmatinya. Apabila masyarakat non-muslim ingin menikmati layanan perbankan syariah, maka perlu diatur secara jelas teknis transaksinya (ijab-qabul) yang disesuaikan dengan nilai-nilai yang dianut oleh pribadi konsumen. Belajar dari negara barat, bahwa sistem ekonomi Syariah, atau adakalanya disebut “ekonomi Islam”, semakin populer bukan hanya di negara-negara Islam tapi bahkan juga di negara-negara barat. Ini ditandai dengan makin banyaknya beroperasi bank-bank yang menerapkan konsep syari'ah. Ini membuktikan bahwa nilai-nilai Islam yang diterapkan dalam perekonomian bisa diterima di berbagai

kalangan, karena sifatnya yang *universal* dan tidak *eksklusif*. Jika pangsa pasar non-muslim di garap, maka besar kemungkinan bank syariah memiliki *bargaining* power yang bagus sehingga bukan hanya 78% saja target pangsa pasar bank syariah akan tetapi menjadi 100% dari total keseluruhan masyarakat Indonesia.

- c. Akselerasi Produk Perbankan Syariah Keberagaman produk dan jasa sebagai ciri khas bank syariah. Bank syariah perlu terus melakukan inovasi produk dan dapat mengeksplorasi kekayaan skema keuangan yang variatif dan sekaligus bisa menunjukkan perbedaan dengan perbankan konvensional. Beberapa inisiatif yang dapat dilakukan oleh bank syariah, misalnya melalui *mirroring* produk dan jasa bank syariah internasional serta mendorong bank syariah milik asing untuk membawa produk-produk yang sukses di luar negeri ke Indonesia. Program ini menjadi keharusan agar keunikan perbankan syariah dibandingkan dengan perbankan konvensional lebih terlihat jelas.
- d. Penggunaan Sistem IT Modern Dukungan sistem IT yang modern sangat mendukung peningkatan daya saing bank syariah secara nasional. Kebanyakan nasabah memilih bank karena adanya kemudahan bertransaksi, misalkan adanya ATM yang tersebar di seluruh Indonesia. Akan tetapi, sistem IT memiliki investasi yang tinggi sehingga bank syariah yang asetnya masih tidak terlalu besar perlu menyiasatinya dengan cepat. Beberapa cara yang efektif untuk menyiasati hal itu adalah sebagai berikut:

- 1) *Local content*

Dunia TI di Indonesia dipenuhi dengan berbagai *local genius* yang seharusnya mampu menciptakan solusi sistem yang murah dan handal. Tidak ada sistem TI yang sempurna, namun dukungan teknis lokal tentu akan lebih mudah dan murah dalam proses penyempurnaannya.

- 2) *Fokus*

Sangat ideal jika *vendor* yang dipilih *fokus* pada pengembangan teknologi perbankan syariah.

3) Sinergi

Jika *vendor* yang menyiapkan sistem TI syariah memiliki komitmen bukan hanya pada sistem TI-nya namun juga pada perkembangan bisnis perbankan syariah, maka tentunya *vendor* dan pelaku bisnis perbankan dapat saling berjalan bersama memacu pertumbuhan bisnis syariah di Indonesia.

4) *Added Value*

Vendor yang memiliki komitmen pada perkembangan bisnis perbankan syariah umumnya memiliki beberapa produk nilai tambah yang dapat menjadi faktor pendukung bagi layanan perbankan syariah yang lebih baik saat ini dan di masa depan.

Jika hal di atas dapat ditemukan, maka pengembangan sistem TI perbankan syariah tidak selalu harus mahal. Hal yang terpenting adalah ukhuwah dan kerja sama mencapai tingkat layanan yang lebih baik untuk perbankan syariah. Tentu saja, pada akhirnya, semua ini sangat tergantung niatan baik dari pelaku bisnis perbankan syariah untuk dapat bahu-membahu mengembangkan sistem TI perbankan syariah yang ideal bersama-sama dengan vendor sistem TI perbankan Syariah.

3. Daya Saing Dipengaruhi Kualitas SDM, Pelayanan dan Inovasi Produk

Daya saing suatu organisasi dan perusahaan sering kali di pengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu, Kualitas SDM, Pelayanan, dan Inovasi Produk. Berikut cara ketiga faktor ini dapat berpengaruh:

a. Daya saing dipengaruhi kualitas SDM

Sumber daya manusia memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing suatu organisasi atau negara. Sumber daya manusia yang memiliki keterampilan dan kompetensi yang relevan dan tinggi dapat meningkatkan daya saing organisasi. SDM yang berkualitas mampu menjalankan tugas dengan lebih efisien dan efektif

serta dapat membantu organisasi mengembangkan produk, layanan, atau proses baru yang dapat meningkatkan daya saingnya.³⁹

b. Daya saing dipengaruhi kualitas layanan

kualitas layanan adalah faktor kunci yang mempengaruhi daya saing suatu organisasi atau bisnis. Layanan yang baik dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Organisasi yang menyediakan layanan berkualitas tinggi dapat membedakan diri mereka dari pesaing mereka di pasar. Pelanggan sering mencari pengalaman yang baik, dan jika mereka mendapatkan layanan yang memuaskan, mereka lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan kepada orang lain. Layanan yang baik membantu mempertahankan pelanggan yang ada. Biaya untuk mendapatkan pelanggan baru sering kali lebih tinggi daripada menjaga pelanggan yang ada. Jadi, mempertahankan pelanggan yang puas dapat menghemat biaya dan meningkatkan pendapatan jangka panjang.⁴⁰

c. Daya saing dipengaruhi inovasi produk

inovasi produk sangat mempengaruhi daya saing suatu organisasi atau bisnis. Inovasi produk merupakan proses pengembangan dan penerapan ide-ide baru atau perubahan signifikan dalam produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu organisasi. Inovasi produk memungkinkan suatu organisasi untuk membedakan dirinya dari pesaingnya dengan cara menawarkan produk atau layanan yang unik atau lebih baik. Inovasi produk juga dapat meningkatkan nilai produk atau layanan bagi pelanggan. Ini bisa berarti peningkatan kualitas, kinerja, fitur, atau efisiensi yang

³⁹ Mislan Sihite, 'Peran Kompetensi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Berdaya Saing Tinggi Di Era Revolusi Industri 4.0: Suatu Tinjauan Konseptual', *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 4.2 (2018), h.146.

⁴⁰ Agung Firatmadi, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan', *Journal of Business Studies*, 2.2 (2017), h.82.

membuat produk lebih menarik atau lebih berguna bagi pelanggan.⁴¹

4. Indikator Daya Saing

Daya saing merupakan produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. daya saing juga adalah kemampuan perekonomian nasional untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.⁴² Berikut adalah beberapa indikator yang digunakan:

a. Efektifitas oprasional

Efektifitas operasional mengacu pada seberapa baik suatu organisasi menggunakan sumber daya dan prosesnya untuk mencapai tujuan operasionalnya. Ini melibatkan efisiensi dalam pelaksanaan kegiatan, penggunaan optimal sumber daya, dan kemampuan untuk menghasilkan output yang diinginkan dengan biaya dan waktu yang minimal.

b. *Competitive strategy* (Strategi bersaing)

Strategi bersaing adalah rencana yang dirancang oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Ini melibatkan pemilihan dan implementasi tindakan yang akan membuat perusahaan lebih baik daripada pesaingnya dalam hal nilai yang ditawarkan kepada pelanggan, biaya, atau keduanya.

c. *Marketing mix* (Bauran pemasaran)

Bauran pemasaran adalah kombinasi dari elemen-elemen yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan digunakan bersama-sama untuk mempengaruhi perilaku konsumen dan mencapai tujuan pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat elemen: Produk (product),

⁴¹ Rashin and Ghina, 'Identifikasi Inovasi Dan Kinerja Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing', (2018), h.215.

⁴² Nila Mayang Sari and Ekowati Retnaningsih, 'Strategi Pengembangan Science Techno Park Melalui Ekosistem Inovasi Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Daerah Provinsi Sumatera Selatan', *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, 3.1 (2020), h.4.

Harga (price), Tempat (place), dan Promosi (promotion), yang disesuaikan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pemasaran perusahaan.

C. Kualitas Sumber Daya Manusia

1. Pengertian Kualitas Sumber Daya Manusia

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, sumber daya adalah faktor produksi yang terdiri dari tanah, tenaga kerja dan modal yang dipakai dalam kegiatan ekonomi untuk menghasilkan barang dan jasa serta mendistribusikannya. Modal manusia adalah kumpulan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan dalam menghasilkan nilai ekonomi. Kemampuan dan pengetahuan tersebut didapat oleh karyawan dengan pendidikan dan pengalaman. Menurut definisi tersebut diatas, manusia adalah komponen yang sangat penting di dalam proses inovasi sehingga dapat meningkatkan *competitive advantage* perusahaan.⁴³

Menurut Hasibuan dalam jurnal Abu Darim kualitas karyawan atau SDM yang baik itu harus memiliki pengetahuan akademik yang luas serta keterampilan yang handal, karena pengetahuan dan keterampilan merupakan kunci utama seorang SDM yang berkualitas pengembangan pengetahuan dan keterampilan harus dilakukan agar pelayanan terhadap nasabah dapat ditingkatkan, tidak hanya pengetahuan dan wawasan saja yang menjadi faktor penting dalam kualitas seorang SDM, pelayanan yang diberikan oleh seorang SDM merupakan kualitas SDM itu sendiri, pelayanan yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara tamah, adil, cepat tepat, dan dengan etika yang

⁴³ Ali Chaerudin, Inta Hartaningtyas Rani, and Velma Alicia, *Sumber Daya Manusia: Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2020), h.9.

baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah itu sendiri.⁴⁴

2. Ruang Lingkup Kualitas Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen utama organisasi dibandingkan dengan elemen lain seperti modal dan teknologi, sebab manusia itu sendiri yang mengendalikan yang lain. Manusia memilih teknologi, manusia yang mencari modal, manusia yang menggunakan dan memeliharanya, di samping manusia dapat menjadi salah satu sumber keunggulan bersaing yang langgeng.⁴⁵

Oleh karena itu, pengelolaan sumber daya manusia dalam organisasi menjadi suatu hal yang sangat penting. Pengelolaan sumber daya manusia dalam organisasi menjadi suatu bidang ilmu manajemen khusus yang dikenal dengan manajemen sumber daya manusia (MSDM), disamping manajemen pemasaran, produksi, keuangan, dan lain-lain. Manajemen sumber daya manusia sangatlah penting dan memiliki banyak tantangan, sebab manusia memiliki karakteristik yang sangat berbeda dibandingkan dengan sumber daya yang lain. Manusia mempunyai perasaan dan pikiran, tidak seperti mesin atau sumber daya lain yang dapat diatur sesuka hati pengaturnya. Manajemen sumber daya manusia merupakan program, aktivitas untuk mendapatkan sumber daya manusia, mengembangkan, memelihara dan mendayagunakannya, untuk mendukung organisasi mencapai tujuannya.⁴⁶

Menurut Siamat dalam jurnal Azmy, kegiatan usaha bank secara umum menuntut adanya *profesionalisme* yang tinggi guna mendukung proses pengambilan keputusan dan pengendalian resiko usaha sekecil mungkin. Sesuai dengan karakteristik

⁴⁴ Abu Darim, 'Manajemen Perilaku Organisasi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Kompeten', *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1.1 (2020), h.32.

⁴⁵ Chusnul Chotimah and Khoirun Nisa, 'Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MA Bertaraf Internasional Amanatul Ummah Pacet', in *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin*, 2019, h.127.

⁴⁶ *Ibid.*, h.127-128.

kegiatan usahanya, sumber daya manusia perbankan syariah selain harus mempunyai kemampuan teknis di bidang perbankan juga dituntut untuk memiliki pengetahuan mengenai ketentuan dan prinsip syariah secara baik, serta memiliki akhlak dan moral yang islami. Akhlak dan moral yang islami dalam bekerja mempunyai empat ciri pokok yaitu: *shiddiq* (benar dan jujur), *tabligh* (mengembangkan lingkungan/bawahan menuju kebaikan), amanah (dapat dipercaya), dan *fathonah* (kompeten dan profesional) keempat ciri pokok tersebut hendaknya dapat menjadi ketentuan umum yang bersifat normatif dalam penetapan kualitas sumber daya manusia baik pimpinan maupun pelaksana pada bank syariah. Secara khusus Bank Indonesia mengatur bahwa pimpinan bank syariah dan pimpinan kantor cabang bank syariah diharuskan memenuhi persyaratan sebagai berikut: (1) Memiliki komitmen dalam menjalankan operasional bank berdasarkan prinsip syariah secara konsisten. (2) Memiliki integritas dan moral yang baik. (3) Mempunyai pengalaman operasional perbankan syariah atau telah mendapatkan pendidikan atau pelatihan perbankan syariah baik di dalam maupun di luar negeri. Oleh karena itu, bank syariah memerlukan kepercayaan masyarakat bahwa dalam pelaksanaan kegiatan usahanya tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip syariah serta mempertimbangkan aspek sosio-kultural masyarakat muslim Indonesia, maka sebaiknya dalam tahap awal pengangkatan pimpinan unit usaha syariah dan pimpinan kantor cabang syariah beragama Islam.⁴⁷

Keseimbangan pertumbuhan bank syariah diikuti dengan kebutuhan peningkatan jumlah tenaga kerja. Ini bertujuan untuk memberikan pelayanan prima kepada konsumen dan edukasi produk perbankan syariah. Walau demikian, ada sejumlah permasalahan dalam sumber daya manusia di bank syariah. Menurut Permana dalam jurnal Azmy, salah satu masalah

⁴⁷ Azmy, "Mengembangkan human resource management yang strategis untuk menunjang daya saing organisasi: perspektif manajemen kinerja (performance management) di bank syariah", (2015), h.79.

terbesar sumber daya manusia syariah adalah pihak perbankan kesulitan untuk mencari SDM perbankan syariah yang kompeten dan mumpuni. Perbankan syariah cenderung mengambil sumber daya manusia dari luar perguruan tinggi syariah karena SDM di bank syariah biasanya justru lebih mudah diberikan pengetahuan tentang perbankan syariah.⁴⁸

Paradigma organisasi yang memperkerjakan sumber daya manusia apa adanya atau cukup sumber daya manusia yang disiplin dan kerja keras saja harus diubah menjadi paradigma baru, yaitu memperkerjakan sumber daya manusia yang disiplin, kerja keras dan cerdas, integritas, serta memiliki hasrat atau ambisi tinggi dalam berkarier. Dengan demikian, semakin besarnya peran manajemen sumber daya manusia dalam organisasi merupakan akibat yang tidak dapat dihindarkan dari berbagai perubahan yang terjadi. Bagi lembaga keuangan syariah adalah niscaya bahwa kehadiran dan dukungan manajemen sumber daya manusia yang kuat itu sesungguhnya sangat diharapkan. Bahkan, hal itu kini terasa sebagai kebutuhan yang sangat mendesak, terutama dalam memperbaiki citra lembaga keuangan syariah sebagai lembaga keuangan “kelas dua” dan juga untuk meraih keunggulan-keunggulan *kompetitif*.⁴⁹

Daya saing organisasi merupakan strategi bisnis harus sejalan dengan strategi pengembangan sumber daya manusia sehingga mampu memberikan kontribusi maksimal bagi pertumbuhan bisnis perbankan syariah dan menciptakan keunggulan *kompetitif*. Bank Indonesia memiliki panduan rencana untuk mengembangkan sumber daya manusia di bank syariah. Ada beberapa sasaran target yang dijadikan untuk peningkatan sumber daya manusia antara lain adalah pertama, sumber daya manusia berkualitas tinggi di bisnis syariah harus dilakukan sebagai upaya peningkatan bisnis bank syariah. Ini dimaksudkan bahwa bank syariah harus memiliki sumber daya

⁴⁸ Ibid., h.81.

⁴⁹ Hidayat, “Efektivitas Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syari’ah (KJKS Dan UJKS) Dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Dan Kredibilitas Lembaga,” h.98.

manusia yang mumpuni dengan bekerja sama pada lembaga pendidikan atau pelatihan sehingga karyawan dapat memberikan kontribusi positif kepada organisasi. Lembaga pendidikan dituntut untuk membuat standar pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan bank syariah meliputi pengetahuan, skill, dan perilaku (*Knowledge, Skill, Attitude*) sesuai dengan kebutuhan bank syariah. Ini bertujuan untuk membangun konsep Link and Match dalam pengembangan sumber daya manusia yang memiliki daya saing tinggi sebagai upaya peningkatan bisnis bank syariah.⁵⁰

3. Indikator Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia adalah kemampuan sumber daya manusia untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya dengan bekal pendidikan, pelatihan, dan pengalaman yang cukup memadai.⁵¹ Berikut indikator Kualitas SDM yang digunakan:

a. Pengetahuan

Pengetahuan merujuk pada pemahaman dan informasi yang dimiliki oleh individu tentang bidang kerja, prosedur operasional, dan peraturan yang relevan. Pengetahuan yang baik memungkinkan mereka untuk bekerja secara efektif dan memberikan kontribusi yang berarti dalam lingkungan kerja mereka.

b. Keterampilan

Keterampilan mencakup kemampuan praktis yang dimiliki oleh individu untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka dengan efektif. Ini mencakup keterampilan teknis, keterampilan interpersonal, dan kemampuan untuk bekerja dalam tim.

c. Etika

⁵⁰ Azmy, 'Mengembangkan Human Resource Management Yang Strategis Untuk Menunjang Daya Saing Organisasi: Perspektif Manajemen Kinerja (Performance Management) Di Bank Syariah', h.86.

⁵¹ Wardani and Andriyani, "Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Keandalan Pelaporan Keuangan Pemerintahan Desa Di Kabupaten Klaten", (2017), h.90.

Etika merupakan adopsi prinsip-prinsip moral dan perilaku yang baik dalam lingkungan kerja. Ini termasuk menghormati atasan, rekan kerja, dan klien, serta menjaga kerahasiaan informasi sensitif dan bertindak dengan kejujuran dan integritas.

d. Integritas

Integritas melibatkan konsistensi antara nilai-nilai yang dipegang oleh individu dengan tindakan dan perilaku mereka dalam lingkungan kerja. Ini mencakup menjaga kepercayaan atasan dan rekan kerja dengan bertindak sesuai dengan norma-norma moral yang diperlukan dalam profesi dan organisasi mereka.

D. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut *American Society For Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain seperti persepsi konsumen, produk/jasa dan proses. Konsistensi kualitas suatu jasa untuk ketiga orientasi tersebut menyumbang pada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan dan profitabilitas organisasi.⁵²

Kata pelayanan, secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut (IBI, 2014):⁵³

⁵² Rachmawatus Novriza Putri, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Sikemas (Studi Pada PT. BPR Jatim Cabang Batu)’ (University of Muhammadiyah Malang, 2016), h.17.

⁵³ Ibid., h.17-18.

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- c. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya. Berdasarkan definisi tersebut, kualitas pelayanan jasa digambarkan sebagai bentuk sikap, tetapi tidak sama dengan kepuasan, yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kemampuan perusahaan. Kualitas dari sebuah pelayanan sangat tergantung pada dua variable, yaitu pelayanan yang diharapkan atas pelayanan yang didapatkan dan pengalaman yang telah dialami sebelumnya, pada saat mendapat pelayanan.⁵⁴

Menurut Kotler dalam jurnal Putri, menyebutkan pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut terjadi saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.⁵⁵

⁵⁴ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1 (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011), h.12.

⁵⁵ Putri, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Sikemas (Studi Pada PT. BPR Jatim Cabang Batu)', 2016, h.2.

2. Ruang Lingkup Kualitas Pelayanan

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering, sehingga meningkatkan hasil penjualan dan daya saing perusahaan. Berikut ini adalah manfaat yang dapat diperoleh sebuah perusahaan atau institusi perbankan dengan melaksanakan pelayanan bagi nasabahnya,⁵⁶ yaitu:

- a. Meningkatkan citra perusahaan, berawal dari tingkat persaingan semakin tajam diantara pesaing, maka perusahaan harus meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.
- b. Promosi bagi bank, dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah, dan apabila nasabah merasa terpuaskan kebutuhannya, maka nasabah akan menyampaikannya kepada orang lain. Penyampaian informasi itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan.
- c. Menciptakan kesan pertama yang baik, apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan pada setiap nasabah, terutama calon nasabah akan mendapatkan sesuatu kesan pertamanya yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.
- d. Meningkatkan daya saing, semakin tajam persaingan yang biasanya perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan hadiah. Ada juga nasabah yang senang dengan hadiah, tetapi pada umumnya nasabah akan tertarik dengan hal itu. Tetapi ada nasabah yang senang apabila diberikan pelayanan yang prima dengan senang hati.
- e. Meningkatkan loyalitas nasabah, pelayanan prima yang diberikan kepada para nasabah dan calon nasabah akan memberika dampak kepuasan nasabah akan menjadi loyal

⁵⁶ Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, and Abdul Jalil, 'Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2021), h.32-33.

sehingga memberika keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa yaitu dirasakan *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan jasa dipresepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan jasa dipresepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa dipresepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.⁵⁷

Menurut philip kotler dalam jurnal hazas syarif, terdapat lima dimensi pelayanan,⁵⁸yaitu:

- a. Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan Penampilan Petugas Pelayanan.
- b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan

⁵⁷ Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah', *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1.2 (2019), h.229.

⁵⁸ Lucky Tiyan and others, 'Analisis Swot Financial Technology (Fintech) Perbankan Syariah Dalam Optimalisasi Penyaluran Pembiayaan Dan Kualitas Pelayanan Bank Syariah', *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 2.1 (2021), h.62

informasi pelayanan, Keadalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keadalanan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

- c. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.
- d. Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan sosial petugas pelayanan.
- e. Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.

Untuk meningkatkan pangsa pasar Perbankan Syariah juga dituntut memiliki daya saing (*competitiveness*). Hal ini tentu saja dapat ditempuh dengan memiliki strategi pemasaran yang efektif. Ini juga ditujukan dengan upaya pelayanan kepada nasabah. Kualitas produk dan layanan dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena pasar global dan internasional makin terus berkembang. Kualitas pelayanan konsumen dipandang sebagai filosofi utama oleh para manager di Indonesia jika mereka tetap ingin memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah harus berorientasi pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, mereka ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank yang nyaman dan mudah melakukan transaksi.⁵⁹

Menurut Othman dan Owen dalam jurnal Fitri, alasan bank syariah harus sadar akan pentingnya kualitas pelayanan adalah :

⁵⁹ Ibid., h.148.

pertama, produk dan layanan bank syariah harus diterima sebagai produk dan layanan yang berkualitas tinggi oleh konsumen. Allah senang melihat pekerjaan selesai pada tingkat Itqan yang artinya mempersiapkan dan memberikan hasil terbaik atau melakukan segala sesuatu dengan kualitas tinggi. Kedua, menggunakan kualitas layanan dalam bank syariah menjadi penting karena hubungannya dengan biaya, keuntungan, kepuasan konsumen, ingatan konsumen, serta kata-kata positif dari mulut konsumen.⁶⁰

Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada konsumen yang diikuti dengan sikap keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau sikap seseorang atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tidak dapat dihindari hampir disemua produk yang ditawarkan di setiap perusahaan memerlukan pelayanan yang baik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam prakteknya konsumen memerlukan bantuan pelayanan untuk memenuhi kepuasan kebutuhannya, dan ini terbagi atas 4 (empat) macam⁶¹, yaitu:

- a. Pelanggan/nasabah sangat perlu bantuan seseorang (*customer service*, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. mulai dari mencari dari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir.
- b. Pelanggan/nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri,

⁶⁰ Fitri Al Faqih, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya', *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11.1 (2020), h.27.

⁶¹ Yazid Muhammad and Ganjar Santika, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tasikmalaya', *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1.1 (2021), h.68-69.

memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar.

- c. Pelanggan membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. jadi dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita, akan tetapi hanya melalui suara.
- d. Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat, artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin seperti mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Manajemen berkualitas adalah kemampuan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa dan produk yang bisa memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata di terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya di harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup dan juga dapat meningkatkan daya saing perbankan.⁶²

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. bank yang ingin berkembang harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memberikan rasa aman kepada nasabah, karena hal itu merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari suatu bank. Bank yang memberikan kualitas pelayanan yang baik dan rasa aman, akan menimbulkan suatu kepuasan bagi nasabah dan sebaliknya. Ketika pelayanan dipenuhi dengan baik, maka banyak nasabah yang akan merasa

⁶² Muhammad Ishak and Ahmad Yusdarwin Waworuntu, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Ballaparang Kota Makassar', *Brand Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 1.2 (2019), h.3.

puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga meningkatkan daya saing bank syariah.⁶³

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Adalah kegiatan memberikan kepuasan kepada konsumen dengan memenuhi keinginan dan kebutuhannya serta membantu mempermudah suatu proses yang diinginkan konsumen.⁶⁴ Berikut indikator kualitas pelayanan yang digunakan:

a. *Tangible* (berwujud)

kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan Penampilan Petugas Pelayanan.

b. *Responsiveness* (ketanggapan)

yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.

c. *Assurance* (Jaminan dan kepastian)

pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan sosial petugas pelayanan.

d. *Emphaty* (Empati)

⁶³ Salman Imbari and Dean Subhan Saleh, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Bca Cabang Purwakarta)', *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5.1 (2018), h.45.

⁶⁴ Freddy Rangkuti, *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima plus Analisis Kasus Jasa Raharja* (Gramedia Pustaka Utama, 2017), h.5.

memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.

e. *Reliability* (keandalan)

kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

E. Inovasi Produk

1. Pengertian Inovasi Produk

Pada lingkungan global yang selalu berubah dewasa ini, industri bisnis perbankan menghadapi persaingan yang ketat, oleh karena itu untuk mencapai kinerja bisnis yang optimal harus mencari cara yang menguntungkan guna mendiferensiasi diri untuk berinovasi di dalam mencari pasar baru sehingga tercipta produk dan layanan yang superior bagi pelanggannya, agar diperoleh keunggulan daya saing yang berkelanjutan (*Sustainable Competitive Advantage/SCA*). Dari sisi regulasi persaingan antar bank juga semakin meningkat yang antara lain didorong oleh teknologi perbankan yang makin canggih untuk dapat melayani nasabah yang semakin demanding. Perubahan lingkungan bisnis perbankan terus berlangsung mengingat bahwa konsolidasi perbankan akan secara konsisten dijalankan. Konsolidasi perbankan ini bertujuan antara lain untuk mendorong perbankan memiliki daya saing tinggi untuk mengatasi tantangan eksternal yang semakin kompleks.⁶⁵

Dobni dan Luffman dalam jurnal Septiana, menambahkan bahwa sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan

⁶⁵ S E Subarjo Joyosumarto, *Bankir Kepemimpinan Lembaga Perbankan Abad Ke21* (Elex Media Komputindo, 2018), h.6.

inovasi agar memungkinkannya untuk bersaing di pasar yang baru, menyajikan yang signifikan bagi pelanggan, dan menciptakan *market-entry barriers* terhadap pesaing potensial pada iklim bisnis yang ketat dan berkelebihan dalam hal persaingan harga, produk, teknologi, pembatasan peraturan, dan kekurangan sumber daya.⁶⁶

Sedangkan Lawson dan Samson dalam jurnal Aris, mendefinisikan inovasi sebagai kemampuan yang terus menerus dalam melakukan transformasi berbagai ide dalam menciptakan produk, proses, dan sistem baru untuk kepentingan perusahaan dan *stakeholder* yang berhubungan dengan faktor komunikasi antara perusahaan dan lingkungannya.⁶⁷

Inovasi produk menurut Hurley & Hult dalam jurnal Aang, menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan keunggulan bersaing. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan tersebut.⁶⁸

Quinn et al dalam jurnal Luthfiah Inovasi merupakan proses teknologis, manajerial dan sosial, yang mana gagasan atau konsep baru pertama kali diperkenalkan untuk dipraktikkan dalam suatu kultur. Inovasi merupakan faktor penentu dalam

⁶⁶ Septiana Novita Dewi and Aris Tri Haryanto, 'Pengaruh Ketidak Pastian Lingkungan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediator (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Di Solo Raya)', *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 11.2 (2016), h.70.

⁶⁷ Aris Tri Haryanto and Septiana Novita Dewi, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Dan Kepuasan Dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pd. Bpr Bkk Tanon Sragen', In *Prosiding Seminar Nasional Hasil-Hasil Penelitian 2016: Bidang Agama Islam, Budaya, Ekonomi, Sosial Humaniora, Teknologi, Kesehatan, Dan Pendidikan* (Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2016), h.135.

⁶⁸ Aang Curatman, 'Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon', *Logika Jurnal Ilmiah Lemlit Unswagati Cirebon*, 18.3 (2016), 61–75.

persaingan industri dan merupakan senjata yang tangguh menghadapi persaingan.⁶⁹

Kian dalam jurnal Hani, menyatakan bahwa pengembangan inovasi produk perbankan syariah harus sesuai dengan standar internasional dan merujuk pada rumusan strategi pengembangan perbankan syariah. Keselarasan ini terutama diterapkan dalam perancangan instrumen produk yang dikembangkan. Selain itu pengembangan produk juga harus disesuaikan dengan kualitas produk, keandalan SDM, serta jangkauan jaringan kantor perbankan syariah.⁷⁰

2. Ruang Lingkup Inovasi Produk

Dengan perkembangan perbankan Syariah di Indonesia yang semakin menggembirakan, maka perlu untuk dipahami segala hal yang berkaitan dengan Perbankan Syariah di Indonesia ini. Salah satu hal penting adalah inovasi produk perbankan syariah. Dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan perbankan syariah, maka kebutuhan pengembangan produk juga semakin bertambah. Dalam rangka memastikan produk dan jasa baru yang akan dikeluarkan, bank syariah dan Unit Usaha Syariah wajib menyampaikan rencana pengeluaran produk dan jasa baru tersebut kepada Bank Indonesia melalui salah satu dari dua mekanisme yaitu laporan rencana pengeluaran produk baru atau mengajukan permohonan persetujuan produk baru.⁷¹

Joseph Schumpeter Dalam jurnal Mariyudi, mendefinisikan inovasi sebagai: *“The commercialization of all new combination based upon the application of:”*⁷²

⁶⁹ Luthfiah Fauziah, ‘Pengembangan Usaha Masyarakat Melalui Pelatihan Inovasi Produk Dan Pemasaran Online Di Kelurahan Ciriung Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor’, *Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2.1 (2022), h.80.

⁷⁰ Hani Werdi Apriyanti, ‘Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia’, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9.1 (2018), h.88.

⁷¹ Imam Asrofi, ‘Implikasi Kebijakan Pemerintah Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah’, *Al-Wathan: Jurnal Ilmu Syariah*, 2.02 (2021), h.3.

⁷² Mariyudi Mariyudi, ‘Perspektif Lingkungan Makro Dan Lingkungan Mikro Terhadap Inovasi Dan Kinerja Pengembangan Usaha Ukm’, *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17.1 (2017), h.5.

- a. Material dan komponen baru (*New materials and components*)
- b. Pengenalan proses baru (*The introduction of new processes*)
- c. Pembukaan pasar baru (*The opening of new markets*)
- d. Pengenalan bentuk organisasi baru (*The introduction of new organizational forms*).

Konsep inovasi mempunyai sejarah yang panjang dan pengertian yang berbeda-beda, terutama didasarkan pada persaingan antara perusahaan-perusahaan dan strategi yang berbeda yang bisa dimanfaatkan untuk bersaing. Josef Schumpeter sering dianggap sebagai ahli ekonomi pertama yang memberikan perhatian pada pentingnya suatu inovasi. Pada tahun 1949 Schumpeter menyebutkan bahwa inovasi terdiri dari lima unsur yaitu: (1) memperkenalkan produk baru atau perubahan kualitatif pada produk yang sudah ada, (2) memperkenalkan proses ke industri, (3) membuka pasar baru, (4) Mengembangkan sumber pasokan baru pada bahan baku atau masukan lainnya, dan (5) perubahan pada organisasi industri.⁷³

Inovasi sebagai sebuah manajemen proses, membutuhkan sistem dan budaya yang tepat agar berjalan efektif. Ketika inovasi perusahaan berjalan selayaknya, maka inovasi menjadi sebuah sumber nilai bagi perusahaan, dari pada suatu kegiatan yang terisolasi maupun aktivitas yang acak dalam sebuah perusahaan. Untuk menjawab tantangan agar perusahaan dapat memenangkan keunggulan bersaing, maka setiap perusahaan dituntut untuk melakukan kreativitas produknya yang tinggi. Kreativitas produk memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimilikinya dan yang bersumber dari pihak konsumen. selanjutnya menggabungkannya sehingga membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh

⁷³ Komang Adiputra, I Nyoman Suardina, and I Wayan Mudra, 'Inovasi Kerajinan Gerabah I Wayan Kuturan Di Desa Pejaten Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan Provinsi Bali', *Prabangkara: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 22.2 (2018), h.129.

terhadap keunggulan bersaing. Artinya bahwa kreativitas produk akan menciptakan produk yang baru, serta produk baru tersebut telah mendapat respon dari pihak konsumen pada saat di perkenalkan dan kemudian akan berpengaruh terhadap kemampuan untuk unggul dalam bersaing.⁷⁴

3. Indikator Kualitas Inovasi Produk

Merupakan kemampuan yang terus menerus dalam melakukan transformasi berbagai ide dalam menciptakan produk, proses, dan sistem baru untuk kepentingan perusahaan dan stakeholder yang berhubungan dengan faktor komunikasi antara perusahaan dan lingkungannya. Berikut indikator kualitas inovasi produk yang di gunakan:

a. Produk baru

Produk baru adalah barang atau layanan yang memiliki fitur atau manfaat yang berbeda secara signifikan dari produk yang sudah ada atau yang telah ada sebelumnya. Ini bisa meliputi inovasi baru, peningkatan fungsionalitas, atau penyesuaian yang memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang.

b. Pengembangan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip prinsip syariah

Pengembangan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah mengacu pada proses menciptakan produk keuangan yang mematuhi hukum Islam. Ini melibatkan memastikan bahwa produk-produk tersebut bebas dari bunga (riba), spekulasi (maisir), dan investasi dalam bisnis yang diharamkan menurut hukum Islam.

c. Price (harga)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk atau layanan. Dalam konteks inovasi produk, penetapan harga adalah faktor penting yang mempengaruhi penerimaan pasar terhadap

⁷⁴ Arman Hakim Nasution and Hermawan Kartajaya, "Inovasi (Penerbit Andi, 2018)", h.7.

produk baru. Harga yang sesuai harus mempertimbangkan biaya produksi, keuntungan yang diinginkan, serta harga yang kompetitif di pasar.

d. Minat konsumen

Minat konsumen merujuk pada ketertarikan atau keinginan pelanggan terhadap produk atau layanan tertentu. Dalam konteks inovasi produk, memahami minat konsumen menjadi kunci untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi dan menciptakan solusi yang menarik bagi pelanggan.

F. Pengajuan Hipotesis

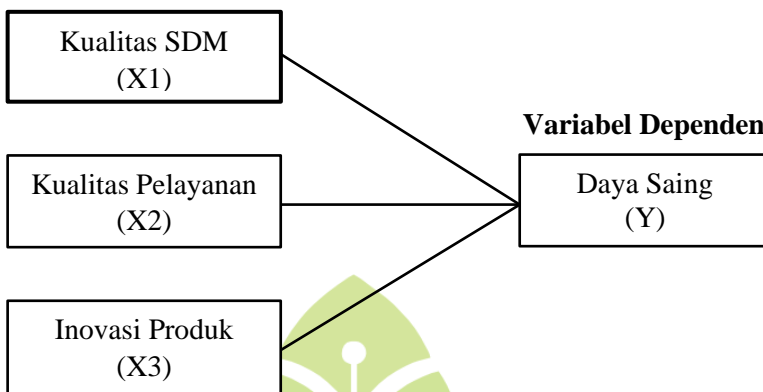
1. Kerangka Pikir

Lemahnya daya saing BPRS dibandingkan dengan bank-bank lain di Indonesia membuat BPRS harus memiliki strategi untuk meningkatkan daya saing. Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh kualitas sumber daya manusia, pelayanan dan inovasi produk terhadap daya saing BPRS Lampung Barat. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen yaitu daya saing BPRS. Sedangkan variabel independennya adalah kualitas sumber daya manusia, pelayanan dan inovasi produk.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Variabel Independen



2. Hubungan Antar Variabel Independen dengan Variabel Dependen

a. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Daya Saing

Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki hubungan yang sangat erat dengan daya saing suatu organisasi, perusahaan, atau negara. SDM yang berkualitas adalah salah satu aset terpenting yang dapat memengaruhi keberhasilan dan daya saing suatu entitas. Karyawan yang terlatih dengan baik dan memiliki keterampilan yang relevan cenderung lebih produktif dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka. Produktivitas yang lebih tinggi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dalam hal harga. SDM yang berinteraksi langsung dengan pelanggan, seperti dalam layanan pelanggan, memiliki peran besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang baik dapat

menghasilkan pelanggan yang setia dan rekomendasi yang positif, yang menguntungkan daya saing.⁷⁵

Menurut Michael Porter dalam buku Yeni Absah menyatakan bahwa sumber daya manusia yang dikelola dengan baik dan memiliki kompetensi yang relevan dengan strategi bisnis organisasi dapat menjadi salah satu sumber daya yang paling berharga dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing. Porter memandang sumber daya manusia yang berkualitas tinggi sebagai salah satu dari lima kekuatan utama (*Five Forces*) yang mempengaruhi daya saing suatu industri. Dia menganggap bahwa organisasi yang memiliki karyawan yang terlatih dengan baik dan kompeten dapat menciptakan keunggulan kompetitif.⁷⁶

Menurut Inni Basyaroh menyatakan bahwa peningkatan kuantitas jumlah bank syari'ah yang cepat tanpa diiringi dengan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia yang Islami (SDI syari'ah), hanya akan bersifat fatamorgana dan artifisial. Untuk itulah, salah satu upaya bersaing dengan bank asing perlu adanya strategi-strategi khusus bank syariah di Indonesia untuk meningkatkan daya saing dan nantinya pangsa pasar akan lebih luas tidak hanya berkuat pada penduduk Indonesia yang mayoritas muslim⁷⁷.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan daya saing suatu organisasi atau perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan banyak manfaat dalam meningkatkan daya saing, baik di tingkat lokal maupun global. Kualitas pelayanan yang baik dapat

⁷⁵ S E Sumadi, *Model Strategi Manajemen Perbankan Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Era New Normal* (Penerbit Lakeisha, 2022), h.2.

⁷⁶ Absah and others, "Strategi Keunggulan Bersaing UMKM", 2016, h.20.

⁷⁷ Basyaroh, "Peningkatan Efisiensi dan Daya Saing Perbankan Syariah", (2016), h.140.

membantu membangun reputasi yang positif. Reputasi yang baik dapat membedakan perusahaan dari pesaing dan membuatnya lebih menarik bagi pelanggan dan mitra bisnis potensial. Pelayanan yang baik melibatkan mendengarkan pelanggan dan mengambil tindakan yang sesuai berdasarkan umpan balik mereka. Ini dapat membantu perusahaan untuk terus memperbaiki produk atau layanan mereka dan menjaga daya saing.⁷⁸

Menurut Philip Kotler dalam buku Miguna Astuti, menegaskan bahwa pelayanan berkualitas tinggi bukan hanya tentang memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga tentang melebihi harapan tersebut. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan yang berfokus pada kualitas pelayanan sering kali akan mendapatkan manfaat jangka panjang dalam bentuk pelanggan yang setia dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.⁷⁹

Menurut Rafidah menyatakan bahwa peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah yang dituntut untuk memiliki daya saing (*competitiveness*). Ini juga ditujukan dengan upaya pelayanan kepada nasabah. Kualitas produk dan layanan dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena pasar global dan internasional makin terus berkembang.⁸⁰

c. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Daya Saing

Inovasi produk memiliki hubungan yang sangat kuat dengan daya saing suatu organisasi atau perusahaan. Kemampuan untuk terus-menerus mengembangkan dan memperkenalkan produk atau layanan baru yang lebih baik

⁷⁸ Fadila, "Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Sebagai Daya Saing Era Masyarakat Ekonomi Asean", (2016), h.5.

⁷⁹ Miguna Astuti and others, *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media* (Deepublish, 2020).

⁸⁰ Rafidah, "Kualitas pelayanan islami pada perbankan syariah", (2014), h.114.

atau lebih inovatif daripada yang ada di pasar dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan. Inovasi produk dapat meningkatkan nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan. Ini dapat mencakup peningkatan fitur, kinerja yang lebih baik, atau peningkatan dalam pengalaman pengguna. Dan produk atau layanan yang inovatif dapat menjadi alat yang kuat untuk menarik pelanggan baru. Pelanggan seringkali tertarik pada produk yang menawarkan sesuatu yang berbeda dan lebih baik.⁸¹

Menurut Rashin menyatakan inovasi produk sangat mempengaruhi daya saing suatu organisasi atau bisnis. Inovasi produk merupakan proses pengembangan dan penerapan ide-ide baru atau perubahan signifikan dalam produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu organisasi. Inovasi produk memungkinkan suatu organisasi untuk membedakan dirinya dari pesaingnya dengan cara menawarkan produk atau layanan yang unik atau lebih baik. Inovasi produk juga dapat meningkatkan nilai produk atau layanan bagi pelanggan. Ini bisa berarti peningkatan kualitas, kinerja, fitur, atau efisiensi yang membuat produk lebih menarik atau lebih berguna bagi pelanggan.⁸²

Menurut Gita Sugiyarti menyatakan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Perusahaan yang mampu mendesain produknya sesuai keinginan pelanggan akan mampu bertahan di tengah persaingan karena produknya tetap diminati oleh pelanggan.⁸³ Hasil penelitian yang sama juga dikemukakan oleh Bharadwaj et al Dalam jurnal Muhammad Bukhori, bahwa kemampuan perusahaan untuk terus melakukan

⁸¹ Lestari, "Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif", 2019, h.6.

⁸² Rashin and Ghina, 'Identifikasi Inovasi Dan Kinerja Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing', (2018), h.215.

⁸³ Gita Sugiyarti, 'Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industry Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang)', *Serat Acitya*, 4.2 (2015), h.110.

inovasi terhadap produk – produknya akan menjaga produk tetap sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Produk inovasi pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan.⁸⁴

3. Hipotesis

- a. Sumber daya manusia merupakan pilar penyangga utama sekaligus penggerak roda organisasi dalam usaha mewujudkan visi dan misi serta tujuan dari organisasi tersebut.” Sumber daya manusia merupakan salah satu elemen organisasi yang sangat penting, oleh karena itu harus dipastikan bahwa pengelolaan sumber daya manusia dilakukan sebaik mungkin agar mampu memberikan kontribusi secara optimal dalam upaya pencapaian tujuan organisasi.⁸⁵

Menurut penelitian Silalahi, menunjukkan bahwa Kualitas SDM berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Semakin baik kualitas SDM akan meningkatkan nilai kariawan dan produktivitsnya sehingga membuatnya lebih puas terhadap pekerjaannya.⁸⁶

Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁= Terdapat pengaruh positif antara kualitas sumber daya manusia terhadap daya saing BPRS Lampung Barat.

⁸⁴ Bukhori, ‘Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk’, (2017), h.21.

⁸⁵ Adi Yanuar Fadillah, Nurna Aziza, and Lisa Martiah, ‘Pengaruh Sinkronisasi Perencanaan Dan Penganggaran, Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah’, *Jurnal Fairness*, 10.1 (2020), h.67.

⁸⁶ Silalahi, " Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Literature Manajemen Sumber Daya Manusia)", 2022, h.266.

- b. Dimensi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah bukti fisik. Sehingga perusahaan harus selalu menjaga dan memperkuat kesan tentang kualitas, nyaman dan keamanan pada saat nasabah melakukan transaksi dengan perusahaan. Dimensi bukti fisik merupakan aspek yang dapat terlihat oleh nasabah sehingga baik penampilan eksterior dan interior gedung, layout kantor, perlengkapan kantor, seragam karyawan dan bukti fisik lain harus menunjukkan kesan kesatuan, harmonisasi dan sesuai dengan penentuan posisi yang sesuai dengan strategi komunikasi perusahaan kepada nasabah⁸⁷.

Menurut penelitian Rafidah, menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah yang dituntut untuk memiliki daya saing (*competitiveness*). Ini juga ditunjukkan dengan upaya pelayanan kepada nasabah. Kualitas produk dan layanan dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena pasar global dan internasional makin terus berkembang⁸⁸.

Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂= Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap daya saing BPRS Lampung Barat.

- c. Inovasi produk yang dilakukan perbankan Islam, harus memiliki keunikan dan perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah. Biaya administrasi harus disesuaikan dengan permintaan dan kebutuhan masyarakat (tidak mahal), memberikan kemudahan bagi masyarakat serta dapat membantu sektor riil (usaha), memberikan kenyamanan bagi stakeholders, produk harus memiliki nilai

⁸⁷ Fadila, "Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Sebagai Daya Saing Era Masyarakat Ekonomi Asean", 2019, h.5.

⁸⁸ Rafidah, "Kualitas pelayanan islami pada perbankan syariah", (2014), h.114.

manfaat serta fasilitas dalam akses teknologi dan informasi untuk lebih memudahkan masyarakat dalam transaksi.⁸⁹

Menurut temmy wijaya, menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Perusahaan yang mampu mendesain produknya sesuai keinginan pelanggan akan mampu bertahan di tengah persaingan karena produknya tetap diminati oleh pelanggan.⁹⁰

Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃= Terdapat pengaruh positif antara inovasi produk terhadap daya saing BPRS Lampung Barat.



⁸⁹ Dasep Sugandi, 'Syari'ah Compliance For Developing Innovation Of Sharia Banking Products In Indonesia', *Journal of Economic Studies*, 1.2 (2017), h.5.

⁹⁰ Wijaya and Maghfiroh, " Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape "Wangi Prima Rasa" Di Binakal Bondowoso)", 2018, h.86.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Absah, Yeni, Beby Karina Fawzee, Inneke Qamariah, and Yasmin Chairunisa Muchtar, 'Strategi Keunggulan Bersaing UMKM', 2016
- Astuti, Miguna, M O S MM, Nurhafifah Matondang, S Kom, and M Ti MM, *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media* (Deepublish, 2020)
- Chaerudin, Ali, Inta Hartaningtyas Rani, and Velma Alicia, *Sumber Daya Manusia: Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2020)
- Ghozali, Imam, 'Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)', *Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 96 (2016)
- Gujarati, Damodar, Sumarno Zain., *Ekonometrika Dasar* (Jakarta: Erlangga, 1995)
- Juliandi, A, and D Andriani, *Studi Perilaku Konsumen Perbankan Syariah* (Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2019) <<https://books.google.co.id/books?id=gxaaDwAAQBAJ>>
- Lestari, Endah Rahayu, *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif* (Universitas Brawijaya Press, 2019)
- Indrawan, Rully Dan Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2014)
- Nasution, Arman Hakim, and Hermawan Kartajaya, *Inovasi* (Penerbit Andi, 2018)
- Rangkuti, Freddy, *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima plus Analisis Kasus Jasa Raharja* (Gramedia Pustaka Utama, 2017)
- Santoso, Singgih, *SPSS Statistik Non Parametrik* (Jakarta: PT.Elex Media Computindo, 2002)
- Sedarmayanti, Syarifudin Hidayat, 'Metodologi Penelitian, Bandung: CV', *Mandar Maju*, 2002

- Subagyo, Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik* (Jakarta: Rineka ipta, 2011)
- Subarjo Joyosumarto, S E, *Bankir Kepemimpinan Lembaga Perbankan Abad Ke21* (Elex Media Komputindo, 2018)
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, Cetakan ke (Bandung: :CV. Alfabeta. -----, 2015)
- Sumadi, S E, *Model Strategi Manajemen Perbankan Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Era New Normal* (Penerbit Lakeisha, 2022)
- Sumihardjo, Tumar, *Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Melalui Pengembangan Daya Saing Berbasis Potensi Daerah* (Fokusmedia, 2008)
- Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1 (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011)
- Yumanita, Diana, 'Bank Syariah: Gambaran Umum', *Jakarta: Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia*, 2005
- Jurnal:**
- Adiputra, Komang, I Nyoman Suardina, and I Wayan Mudra, 'Inovasi Kerajinan Gerabah I Wayan Kuturan Di Desa Pejaten Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan Provinsi Bali', *Prabangkara: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 22.2 (2018), 127–37
- Ajibroto, Kunto, and Dematria Pringabayu, 'Meningkatkan Daya Saing Produk Perbankan Melalui Analisis Lingkungan Strategis: Kasus Produk Kredit Pegawai BPR Bhakti Daya Ekonomi', *Telaah Bisnis*, 17.2 (2017)
- Ana, Dimas Elly, and Arif Zunaidi, 'Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19', *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1.1 (2022), 167–88
- Apriyanti, Hani Werdi, 'Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9.1 (2018), 83–104 <<https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2053>>

- , ‘Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia: Analisis Peluang Dan Tantangan’, *Maksimum*, 8.1 (2018), 16–23
- Asrofi, Imam, ‘Implikasi Kebijakan Pemerintah Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah’, *Al-Wathan: Jurnal Ilmu Syariah*, 2.02 (2021), 1–14
- Awwallin, Dhika Putri, ‘Peluang, Tantangan, Dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi Asean (Mea) 2015’, *Jurnal Akuntansi Unesa*, 3.2 (2015), 1–22
- Azmy, Ahmad, ‘Mengembangkan Human Resource Management Yang Strategis Untuk Menunjang Daya Saing Organisasi: Perspektif Manajemen Kinerja (Performance Management) Di Bank Syariah’, *Binus Business Review*, 6.1 (2015), 78–90
- Basyarah, Inni, ‘Peningkatan Efisiensi Dan Daya Saing Perbankan Syari’ah’, *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2016), 133–43
- Chotimah, Chusnul, and Khoirun Nisa, ‘Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MA Bertaraf Internasional Amanatul Ummah Pacet’, in *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin*, 2019, II, 125–28
- Curatman, Aang, ‘Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon’, *LOGIKA Jurnal Ilmiah Lemlit Unswagati Cirebon*, 18.3 (2016), 61–75
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori, ‘Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk’, *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 3.2 (2017), 140–53
- Darim, Abu, ‘Manajemen Perilaku Organisasi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Kompeten’, *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1.1 (2020), 22–40
- Dewi, Septiana Novita, and Aris Tri Haryanto, ‘Pengaruh Ketidak Pastian Lingkungan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediator (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Di Solo Raya)’, *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 11.2 (2016), 65–77

- Fadhilah, Muinah, and Agus Dwi Cahya, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Moderasi', in *Forum Ekonomi*, 2022, xxiv, 607–17
- Fadila, Dewi, 'Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Sebagai Daya Saing Era Masyarakat Ekonomi Asean'
- Fadillah, Adi Yanuar, Nurna Aziza, and Lisa Martiah, 'Pengaruh Sinkronisasi Perencanaan Dan Penganggaran, Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkulu Tengah', *Jurnal Fairness*, 10.1 (2020), 63–78
- Al Faqih, Fitri, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya', *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11.1 (2020), 22–38
- Fatimatuzahro, Anik, and Aslikhah Aslikhah, 'Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pt. Bprs Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan', *Jurnal Mu'allim*, 2.1 (2020), 81–93
- Fauziah, Luthfiah, 'Pengembangan Usaha Masyarakat Melalui Pelatihan Inovasi Produk Dan Pemasaran Online Di Kelurahan Ciriung Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor', *Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2.1 (2022), 79–85
- Firatmadi, Agung, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan', *Journal of Business Studies*, 2.2 (2017), 80–105
- Fitriani, Budi, Neneng Nurhasanah, and Nunung Nurhayati, 'Pengaruh Etos Kerja Terhadap Peningkatan Daya Saing Perusahaan Pada BPRS Amanah Rabbaniyah Banjaran', *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 2016, 624–29

- Fuad, Nur, and Irvan Trang, 'Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Daya Saing Terhadap Kinerja Organisasi (Studi Pada Koperasi Anugrah Mega Mandiri Manado)', *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5.2 (2017)
- Haq, Annisa Diana, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Kabupaten Bantul', *Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2016
- Haryanto, Aris T R I, And Septiana Novita Dewi, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Dan Kepuasan Dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pd. Bpr Bkk Tanon Sragen', In *Prosiding Seminar Nasional Hasil-Hasil Penelitian 2016: Bidang Agama Islam, Budaya, Ekonomi, Sosial Humaniora, Teknologi, Kesehatan, Dan Pendidikan* (Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2016), pp. 134–44
- Hutagalung, Muhammad Abrar Kasmin, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah', *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1.2 (2019), 228–39
- Imbari, Salman, and Dean Subhan Saleh, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Bca Cabang Purwakarta)', *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5.1 (2018), 40–50
- Ishak, Muhammad, and Ahmad Yusdarwin Waworuntu, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Ballaparang Kota Makassar', *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 1.2 (2019)
- Tiyan, L., Kurniawan, M., Asriani, A., & Syarif, H, 'Analisis swot financial technology (fintech) perbankan syariah dalam optimalisasi penyaluran pembiayaan dan kualitas pelayanan bank syariah', *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 2.1 (2021), 56-75.
- Mahmudah, Salma, 'Globalisasi Pasar Dan Kesiapan Perbankan Syariah Di Indonesia', *Dinar: Jurnal Prodi Ekonomi Syariah*, 2.2 (2019), 135–60

- Mariyudi, Mariyudi, 'Perspektif Lingkungan Makro Dan Lingkungan Mikro Terhadap Inovasi Dan Kinerja Pengembangan Usaha Ukm', *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17.1 (2017)
- Muhammad, Yazid, and Ganjar Santika, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tasikmalaya', *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1.1 (2021), 63–69
- Ningrum, Rukma, Sofyan Bacmid, and Abdul Jalil, 'Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu', *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2021), 30–45
- Pratiwi, Shonia Lingga, and Hendry Cahyono, 'Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Peningkatan Kualitas SDM Bank Syariah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Lamongan', *Jurnal Ekonomi Islam*, 1.2 (2018), 145–53
- Purbasari, Dewi Maharani, and Dewi Laily Purnamasari, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang', *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2.1 (2018), 43–54
- Putri, Rachmawatus Novriza, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Sikemas (Studi Pada PT. BPR Jatim Cabang Batu)' (University of Muhammadiyah Malang, 2016)
- Rafidah, Rafidah, 'Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah', *Nalar Fiqh: Jurnal Hukum Islam*, 10.2 (2014), 113–26
- Rahmah, Syahidah, 'Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pembiayaan Murabahah Pengembangan UMKM', *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 6.1 (2019), 126–47
- Rahmaniah, Melan, and Hendro Wibowo, 'Analisis Potensi Terjadinya Financial Distress Pada Bank Umum Syariah (BUS) Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3.1 (2015), 1–20

- Rashin, Maraya Azizah, and Astri Ghina, 'Identifikasi Inovasi Dan Kinerja Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing', *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18.2 (2018), 213–19
- , 'Identifikasi Inovasi Dan Kinerja Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing', *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18.2 (2018), 213–19
<<https://doi.org/10.17509/jpp.v18i2.12963>>
- Sari, Nila Mayang, and Ekowati Retnaningsih, 'Strategi Pengembangan Science Techno Park Melalui Ekosistem Inovasi Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Daerah Provinsi Sumatera Selatan', *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan*, 3.1 (2020), 1–20
- Sihite, Mislan, 'Peran Kompetensi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Berdaya Saing Tinggi Di Era Revolusi Industri 4.0: Suatu Tinjauan Konseptual', *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 4.2 (2018), 145–59
- Sofyan, Syaakir, 'Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia', *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 10.2 (2016), 91–112
- Sugandi, Dasep, 'Syari'ah Compliance For Developing Innovation Of Sharia Banking Products In Indonesia', *Journal of Economic Studies*, 1.2 (2017), 57–62
- Sugiyarti, Gita, 'Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industry Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang)', *Serat Acitya*, 4.2 (2015), 110
- Sunarsih, Nenah, 'Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi: Strategi Meningkatkan Kemampuan Daya Saing Perusahaan', *Jurnal Akrab Juara*, 3 (2018), 17–28
<<http://www.neraca.co.id/article/49579/optima>>
- Usman, M Nadjib, and Haryati Setyorini, 'Pendampingan Penyusunan Strategi Untuk Peningkatan Daya Saing UKM Dalam Memasuki Era Digital Pada CV. Indosarana Global Surabaya', *Darmabakti: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1.1 (2020), 19–22
- Wahono, Ribut Muji, and Ely Masykuroh, '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: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1.2 (2022), 156–72

Wardani, Dewi Kusuma, and Ika Andriyani, 'Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Keandalan Pelaporan Keuangan Pemerintahan Desa Di Kabupaten Klaten', *Jurnal Akuntansi*, 5.2 (2017), 88–98

Wijaya, Temmy, and Ana Maghfiroh, 'Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape "Wangi Prima Rasa" Di Binakal Bondowoso)', *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2.1 (2018), 86–97

Al Yozika, Ferlangga, and Nurul Khalifah, 'Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah', *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 1.02 (2019)

Zakiy, Muhammad, and Evrita Putri Azzahroh, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.1 (2020), 26–38

Website:

Perbarindo, "Profil BPR", *Perbarindo*, Diakses pada 20 Desember 2023. <https://perbarindo.org/profile/bpr/5081>

BPRS Lampung Barat, "Visi dan Misi", *BPRS Lampung Barat*, Diakses 20 Desember 2023. <https://bprslampungbarat.co.id/index.php/profils/>