

## MANAJEMEN INOVASI PRODUK DAN LAYANAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING BANK SYARIAH

Ristiyanti Ahmadul Marunta<sup>1</sup>, Nurul Waqia<sup>2</sup>, Amanda Julianti<sup>3</sup>, Rika<sup>4</sup>, Eki Pratiwi<sup>5</sup>, Akbar M. Sunusi<sup>6</sup>

[ristiyanti@usimar.ac.id](mailto:ristiyanti@usimar.ac.id)<sup>1</sup>, [nurulwaqia306@gmail.com](mailto:nurulwaqia306@gmail.com)<sup>2</sup>, [amndajlnty@gmail.com](mailto:amndajlnty@gmail.com)<sup>3</sup>, [rika21944@gmail.com](mailto:rika21944@gmail.com)<sup>4</sup>, [pratiwieki3@gmail.com](mailto:pratiwieki3@gmail.com)<sup>5</sup>, [abbarmuhammad606@gmail.com](mailto:abbarmuhammad606@gmail.com)<sup>6</sup>

Universitas Sains Islam Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peran manajemen inovasi produk dan layanan digital dalam meningkatkan daya saing bank syariah di era transformasi digital. Latar belakang studi ini didasarkan pada urgensi bank syariah untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi finansial guna mempertahankan eksistensi dan memenangkan persaingan di pasar perbankan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan studi literatur/kepuustakaan melalui studi pustaka, dengan menganalisis berbagai sumber ilmiah yang relevan, termasuk jurnal nasional dan internasional, buku, serta laporan resmi industri perbankan syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi digital, seperti pengembangan mobile banking syariah, layanan berbasis aplikasi, sistem transaksi online yang terintegrasi dengan prinsip-prinsip syariah, serta pemanfaatan big data dan artificial intelligence (AI), mampu memperkuat posisi kompetitif bank syariah. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memberikan pengalaman layanan yang lebih baik bagi nasabah serta membangun loyalitas melalui pendekatan nilai-nilai Islam. Selain itu, digitalisasi layanan terbukti mampu menjangkau lebih banyak segmen pasar, khususnya generasi milenial yang melek teknologi. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi inovasi digital yang dikelola dengan baik merupakan faktor kunci dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bank syariah di masa depan.

**Kata Kunci:** Inovasi Produk, Layanan Digital, Daya Saing.

### ABSTRACT

*This study aims to examine in depth the role of product and digital service innovation management in enhancing the competitiveness of Islamic banks in the era of digital transformation. The background of this research is based on the urgent need for Islamic banks to adapt to the rapid development of financial technology in order to maintain their existence and gain a competitive edge in the banking industry. This research employs a descriptive qualitative approach through literature review by analyzing a variety of relevant academic sources, including national and international journals, books, and official reports on Islamic banking. The findings reveal that digital innovation, such as the development of Islamic mobile banking, app-based services, online transaction systems integrated with Sharia principles, and the use of big data and artificial intelligence (AI), significantly strengthens the competitive position of Islamic banks. These innovations not only improve operational efficiency but also enhance customer service experience and build loyalty through the integration of Islamic values. Furthermore, digitalization enables broader market reach, particularly among tech-savvy millennials. This study concludes that well-managed digital innovation strategies are essential for supporting the sustainability and growth of Islamic banks in the future.*

**Keywords:** Product Innovation, Digital Services, Competitiveness.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dunia perbankan telah menciptakan perubahan signifikan dalam pola interaksi antara lembaga keuangan dan nasabah. Bank Syariah, sebagai bagian dari sistem keuangan nasional, dituntut untuk tidak hanya mempertahankan prinsip-prinsip syariah, tetapi juga berinovasi dalam produk

dan layanannya agar mampu bersaing di era digitalisasi saat ini (Bank Indonesia, 2022). Di tengah transformasi digital yang terus berkembang, daya saing sebuah bank tidak lagi ditentukan semata oleh besarnya aset atau jumlah jaringan kantor, melainkan oleh kemampuan adaptasi dan inovasi digital yang dilakukan secara strategis (Alamsyah, Halim, 2021).

Bank Syariah menghadapi tantangan yang tidak sederhana. Di satu sisi, mereka harus tetap menjaga kepatuhan syariah, dan di sisi lain dituntut untuk mampu mengikuti laju perkembangan teknologi dan ekspektasi nasabah terhadap layanan yang cepat, mudah, dan efisien. Oleh karena itu, inovasi produk dan layanan digital bukan lagi menjadi opsi, melainkan keharusan strategis dalam memperkuat posisi dan daya saing bank syariah di tengah pasar yang kompetitif (Santoso & Hidayatullah, 2023).

Menurut riset yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), digitalisasi telah memberikan dampak besar terhadap peningkatan efisiensi layanan perbankan, baik dari sisi operasional maupun pengalaman pelanggan (OJK, 2023). Namun, adopsi teknologi pada Bank Syariah tidak serta merta berjalan mulus. Diperlukan manajemen inovasi yang terarah dan terencana agar setiap produk dan layanan digital yang dikembangkan dapat memberikan nilai tambah tanpa melanggar prinsip-prinsip maqashid syariah (Hudaefi & Beik, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana manajemen inovasi diterapkan dalam pengembangan produk dan layanan digital Bank Syariah sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing. Fokus utama dari penelitian ini adalah bagaimana inovasi digital dapat diselaraskan dengan prinsip syariah serta menganalisis sejauh mana transformasi digital telah memperkuat posisi bank syariah di tengah arus digitalisasi industri keuangan.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur/kepuustakaan untuk menggambarkan dan menganalisis bagaimana inovasi produk dan layanan digital diterapkan dalam perbankan syariah guna meningkatkan daya saing. Pendekatan ini dipilih karena dianggap paling sesuai untuk memahami fenomena secara mendalam, terutama terkait proses, strategi, dan implementasi inovasi digital dari perspektif institusi keuangan syariah dan nasabahnya.

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi jurnal ilmiah, artikel berita ekonomi Islam, publikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia, serta hasil riset terdahulu yang relevan dengan topik inovasi digital dan layanan perbankan syariah. Data dikumpulkan melalui studi pustaka (*library research*) dengan merujuk sumber-sumber yang dapat diverifikasi dan diakses secara publik.

Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dari berbagai jenis dokumen dan publikasi terpercaya. Dengan demikian, hasil analisis diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai kontribusi produk digital terhadap peningkatan layanan dan daya saing bank syariah di Indonesia maupun secara global.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Peran Produk Digital dalam Memperkuat Layanan Syariah

Produk digital telah menjadi elemen strategis yang memperkuat layanan perbankan syariah dengan menghadirkan akses inklusif, efisiensi operasional, dan transparansi akad sesuai prinsip syariah. Inovasi ini tidak hanya menasar proses transaksi, tetapi juga memperkuat nilai-nilai Islam dalam ekosistem keuangan digital.

Bank Syariah Indonesia (BSI), misalnya, telah mengintegrasikan fintech seperti BSI Mobile dan BSI QRIS dalam strategi digital mereka. Studi oleh Masyita Auliyah & Andriani Samsuri (2025) mencatat bahwa adopsi finansial teknologi oleh BSI meningkatkan inklusi keuangan syariah secara signifikan. Data menunjukkan transaksi digital ZISWAF melalui aplikasi ini meningkat 31% pada September 2024, dan sebagian besar transaksi perbankan syariah sudah berbasis digital hingga 97,94%.

Adapun standar pembayaran digital seperti QRIS, yang dikembangkan oleh Bank Indonesia, juga berpotensi mendukung transaksi syariah. QRIS memungkinkan pembayaran digital real-time yang kompatibel dengan nilai-nilai syariah tanpa unsur riba dan gharar. Menurut Hutapea & Marliyah (2025), QRIS dapat memperluas inklusi keuangan syariah, meskipun tantangan literasi digital dan regulasi tetap perlu diatasi.

Selanjutnya, penelitian oleh Nasir Tajul Aripin dkk. (2022) menunjukkan bahwa layanan digital dari bank syariah termasuk mobile banking dan e-wallet berperan sebagai faktor utama dalam meningkatkan indeks literasi dan inklusi keuangan syariah masyarakat. Hal ini memperjelas bahwa produk digital memperkuat sistem internal bank maupun dampak sosial eksternal layanan syariah.

Dari sisi akad syariah, konsep fintech syariah yang menjunjung prinsip kontrak Islam menjadi landasan penting. Studi Tri Winarsih (2023) menjelaskan bahwa fintech syariah dengan aplikasi sistem akad seperti mudharabah, musyarakah, dan wakalah bil ujah memastikan produk digital tetap halal, transparan, dan etis. Sistem ini memungkinkan kontrol nilai syariah dalam setiap transaksi digital.

Sedangkan Dimas Herliandis Shadiqin & Kayyis Nur (2023) membahas bagaimana akad-akad syariah diterapkan dalam produk digital seperti dompet syariah LinkAja Syariah. Dengan model wakalah, transaksi digital menjamin kepatuhan syariah dan membangun kepercayaan pengguna terhadap aspek halal produk digital syariah.

#### B. Inovasi Digital sebagai Strategi Daya Saing Bank Syariah

Inovasi digital merupakan bagian integral dari **manajemen inovasi produk** dan layanan digital yang menjadi strategi utama dalam memperkuat daya saing bank syariah di era Revolusi Industri 4.0. Inovasi ini mencakup serangkaian aktivitas perencanaan, pengembangan, pengujian, hingga implementasi produk dan layanan berbasis teknologi yang tetap sesuai prinsip syariah.

Dalam konteks manajemen inovasi produk, bank syariah telah mengembangkan berbagai jenis produk keuangan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional nasabah, tetapi juga mematuhi fatwa dan prinsip syariah. Produk-produk tersebut antara lain:

- a. **Tabungan dan deposito digital berbasis akad syariah** (mudharabah dan wadiah)
- b. **Pembiayaan online berbasis akad murabahah, ijarah, dan musyarakah**

- c. **Produk investasi syariah digital** seperti sukuk ritel online dan reksa dana syariah berbasis aplikasi
- d. **Produk social finance digital**, seperti fitur pembayaran zakat, infak, sedekah, dan wakaf melalui platform digital (ZISWAF digital)

Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, memelopori inovasi ini melalui peluncuran BSI Mobile, sebuah aplikasi keuangan digital yang tidak hanya melayani transaksi dasar seperti transfer dan pembayaran, tetapi juga menyediakan fitur social finance dan produk tabungan emas syariah. Menurut Tiara et al. (2023), penerapan produk digital ini telah memberikan dampak positif terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah, khususnya dari kalangan milenial yang lebih akrab dengan teknologi (Tiara et al., 2023).

Sementara itu, layanan digital pada bank syariah meliputi berbagai bentuk interaksi dan penyediaan jasa keuangan secara daring, antara lain:

- a. **Mobile banking dan internet banking**
- b. **Customer service berbasis chatbot AI**
- c. **Digital onboarding untuk pembukaan rekening**
- d. **QRIS dan dompet digital syariah**
- e. **Edukasi dan dakwah ekonomi Islam melalui kanal digital (website, YouTube, media sosial)**

Layanan-layanan ini memungkinkan nasabah untuk mengakses perbankan syariah kapan saja dan di mana saja, tanpa harus datang ke kantor cabang. Bella & Himmawan (2021) mencatat bahwa adopsi layanan branchless banking dan internet banking di bank syariah mampu menekan biaya operasional hingga 20% dan meningkatkan jangkauan layanan di daerah-daerah yang sebelumnya minim akses perbankan (Bella & Himmawan, 2021).

Namun, baik manajemen inovasi produk maupun layanan digital tetap menghadapi tantangan dalam penerapannya. Dalam konteks kepatuhan syariah (*sharia compliance*), setiap inovasi harus melewati proses validasi oleh Dewan Pengawas Syariah agar tidak menyimpang dari prinsip Islam. Selain itu, menurut Afwah dan Mardhiyaturrositaningsih (2024), tantangan lain termasuk:

- a. **Risiko keamanan data dan perlindungan privasi**
- b. **Kurangnya SDM yang menguasai teknologi dan prinsip syariah sekaligus**
- c. **Keterbatasan infrastruktur digital di wilayah terpencil**
- d. **Rendahnya literasi digital masyarakat**

Oleh karena itu, strategi pengembangan ekosistem digital syariah perlu melibatkan pelatihan SDM, penguatan infrastruktur, dan sinergi antara bank, regulator, dan pengembang teknologi.

Dalam aspek inklusi keuangan, digitalisasi terbukti signifikan. Abdulloh (2023) mencatat peningkatan indeks inklusi keuangan syariah dari 9,10% menjadi 12,12% pasca penerapan BSI Mobile secara luas. Hal ini menunjukkan bahwa layanan digital mampu menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya terabaikan oleh sistem keuangan konvensional, sekaligus memperluas jangkauan ekonomi Islam (Abdulloh, 2023).

Lebih lanjut, teknologi seperti *artificial intelligence* (AI), blockchain, dan big data analytics kini mulai diintegrasikan dalam pengembangan produk. Tira Nur Fitria (2023) menekankan bahwa penerapan teknologi tersebut memungkinkan bank syariah menciptakan produk yang lebih personal, efisien, dan cepat. Namun,

tetap diperlukan pengawasan ketat agar tidak menyalahi prinsip syariah serta tidak melanggar hak privasi pengguna (Fitria, 2023).

Untuk memastikan keberlanjutan strategi ini, diperlukan pendekatan menyeluruh: mulai dari perencanaan inovasi produk yang berorientasi pasar dan syariah, pengembangan layanan digital yang ramah pengguna, hingga pembentukan regulasi dan tata kelola yang adaptif. Sari et al. (2025) menegaskan pentingnya kolaborasi lintas sektor guna menciptakan ekosistem keuangan syariah digital yang etis, efisien, dan berdaya saing tinggi, sekaligus mendorong transformasi ekonomi Islam yang inklusif dan berkelanjutan (Sari et al., 2025).

### **C. Dampak Manajemen Inovasi dan Layanan Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Syariah Indonesia**

Pertumbuhan Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa manajemen inovasi produk dan transformasi layanan digital menjadi faktor strategis dalam memperkuat daya saing. Kinerja keuangan BSI mencatat tren positif di berbagai indikator. Pada tahun 2024, BSI membukukan laba bersih sebesar Rp7,01 triliun, tumbuh 22,83 % dibanding tahun sebelumnya, dengan pertumbuhan aset, pembiayaan, dan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang konsisten dua digit (Bank Syariah Indonesia, 2024). Target pada tahun 2025 adalah menyalurkan pembiayaan sebesar Rp310 triliun atau meningkat 16,54 % dari capaian tahun 2024 (Infobank News, 2025). Pada Kuartal I 2025, laba bersih tercatat Rp1,87 triliun (naik 10,05 % YoY), dengan pertumbuhan aset 12,01 %, pembiayaan 16,21 %, dan DPK 7,40 % (Detik Finance, 2025). Data ini mengindikasikan bahwa inovasi dan digitalisasi bukan sekadar inisiatif pelengkap, melainkan motor penggerak pertumbuhan.

#### **1. Perubahan dalam Manajemen Inovasi Produk**

Manajemen inovasi produk di BSI menekankan pada diversifikasi yang relevan dengan kebutuhan nasabah modern, tanpa mengabaikan prinsip syariah. Diversifikasi ini mencakup pengembangan produk tabungan emas digital, Tabungan Haji berbasis aplikasi, pembiayaan online dengan akad syariah (murabahah, ijarah, dan musyarakah), serta produk investasi syariah seperti sukuk ritel dan reksa dana berbasis platform digital (Bank Syariah Indonesia, 2024). Bisnis emas BSI, misalnya, mengalami lonjakan 82 % YoY pada Kuartal I 2025 menjadi Rp14,33 triliun, dengan jumlah nasabah naik 28 % dan total saldo emas mencapai 621 kg (Bareksa, 2025). Keberhasilan ini mencerminkan kemampuan BSI mengidentifikasi peluang pasar, mengelola risiko produk baru, dan memastikan kepatuhan syariah secara bersamaan.

#### **2. Transformasi Layanan Digital**

Transformasi layanan digital dilakukan BSI melalui penguatan infrastruktur teknologi, pengembangan saluran transaksi non-tunai, dan perluasan kanal digital yang ramah pengguna. BSI Mobile, sebagai platform utama, tidak hanya menyediakan layanan transaksi perbankan standar, tetapi juga fitur social finance seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ZISWAF) digital, serta fasilitas pembukaan rekening secara daring (Bank Syariah Indonesia, 2024). Penguatan jaringan melalui mesin ATM/CRM, EDC, BSI Agent, QRIS, dan portal digital BYOND by BSI berkontribusi meningkatkan aksesibilitas layanan (Bank Syariah Indonesia, 2024). Peningkatan kualitas layanan digital tercermin dari pertumbuhan fee-based income sebesar 39,3 % pada Kuartal I 2025 (Detik Finance, 2025), yang menjadi indikator keberhasilan monetisasi layanan berbasis teknologi.

### 3. Sinergi Inovasi dan Digitalisasi terhadap Daya Saing

Sinergi antara manajemen inovasi produk dan layanan digital berperan langsung terhadap peningkatan kepuasan serta loyalitas nasabah, yang pada gilirannya memperkuat daya saing BSI di pasar keuangan syariah. Pertumbuhan pembiayaan di segmen UMKM sebesar 12,69 % YoY hingga Februari 2025, dengan rasio pembiayaan inklusif mencapai Rp97,45 triliun atau 34,58 %, menunjukkan dampak nyata dari strategi ini terhadap inklusi keuangan (Kontan, 2025). Selain itu, peningkatan jumlah Rekening Dana Nasabah (RDN) Syariah sebesar 26 % hingga Mei 2025 mencerminkan keberhasilan BSI dalam memperluas layanan ke segmen pasar modal syariah (Kontan, 2025).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan BSI dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing tidak hanya bergantung pada kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga pada kapasitas manajerial dalam mengelola inovasi produk dan memperluas layanan digital secara berkelanjutan. Kombinasi ini menjadikan BSI sebagai salah satu motor utama penggerak pertumbuhan industri perbankan syariah nasional.

## 4. KESIMPULAN

Manajemen inovasi di Bank Syariah Indonesia (BSI) menitikberatkan pada diversifikasi produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan nasabah modern, namun tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Strategi ini diwujudkan melalui pengembangan produk tabungan emas digital, Tabungan Haji berbasis aplikasi, pembiayaan online dengan akad murabahah, ijarah, dan musyarakah, serta investasi syariah digital seperti sukuk ritel dan reksa dana berbasis platform.

Dalam aspek layanan digital, BSI mengintegrasikan berbagai kanal berbasis teknologi seperti BSI Mobile (dengan fitur transaksi, pembiayaan, tabungan emas, dan ZISWAF digital), QRIS Syariah, dompet digital, digital onboarding untuk pembukaan rekening, BYOND by BSI, jaringan BSI Agent, serta edukasi ekonomi Islam melalui kanal digital. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan akses, tetapi juga memperluas jangkauan layanan hingga ke wilayah minim infrastruktur perbankan.

Sinergi antara manajemen inovasi produk dan transformasi layanan digital telah mendorong pertumbuhan signifikan daya saing BSI. Hal ini tercermin dari peningkatan laba bersih (22,83% pada 2024), pertumbuhan pembiayaan UMKM (12,69% YoY), kenaikan transaksi digital ZISWAF (31%), dan ekspansi Rekening Dana Nasabah (26% hingga Mei 2025). Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kombinasi inovasi berbasis teknologi dan kepatuhan syariah menjadi faktor kunci BSI dalam mempertahankan posisinya sebagai pemimpin industri perbankan syariah nasional yang inklusif, etis, dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, M. (2023). Digital Transformation of Bank Syariah Indonesia Services and Its Impact on Financial Inclusion. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 3(2), 224–235. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/invest/article/view/6977>
- Afwah, A. ., & Mardhiyaturrositaningsih. (2024). Digital Innovation in Islamic Banks : Challenges and Strategies. *Proceeding International Conference on Islamic Economics and Business (ICIEB)*, 3(1), 238-247. <https://conference.uin-suka.ac.id/index.php/ICIEB/article/view/1492>

- Alamsyah, H. (2021). Digitalisasi dan Tantangan Bank Syariah di Indonesia. *Majalah Perbankan Syariah OJK*. <https://www.ojk.go.id/>
- Aripin, N. T., Fatwa, N., & Hannase, M. (2022). Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 29-45. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9362](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9362)
- Auliyah, M., & Samsuri, A. (2025). Adopsi Financial Technology oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah di Era Digital. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(6), 2218-2227. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i6.8042>
- Bank Indonesia. (2022). Transformasi Digital Sektor Keuangan Syariah. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/>
- Bank Syariah Indonesia, "BSI Mobile," 2024.
- Bank Syariah Indonesia, "Fokus Transformasi Digital dan Inovasi, BSI Cetak Pertumbuhan Laba 22,83%," 2024, <https://www.bankbsi.co.id/index.php/news-update/berita/fokus-transformasi-digital-dan-inovasi-bsi-cetak-pertumbuhan-laba-2283>.
- Bank Syariah Indonesia, "Penguatan Infrastruktur Digital BSI," 2024.
- Bank Syariah Indonesia, "Produk & Layanan Digital BSI," 2024.
- Bareksa, "Kinerja BRIS di 2024 Melesat, 2025 Makin Kinclong," 2025, <https://www.bareksa.com/berita/saham/2025-02-10/kinerja-bris-di-2024-melesat-2025-makin-kinclong>.
- Bella, F. I., & Himmawan, M. F. (2021). Digitalization and Efficiency: Technology-based Service of Indonesia Sharia Commercial Banks. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 14(2), 280-300. <http://dx.doi.org/10.21043/iqtishadia.v14i2.8983>
- Detik Finance, "BSI Kantongi Laba Bersih Rp1,87 T di Kuartal I 2025," 2025, <https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-7893228/bsi-kantongi-laba-bersih-rp-1-87-t-di-kuartal-i-2025>.
- Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59-76. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art5>
- Fitria, T. N. (2025). Islamic Banking Digitalization: Challenges and Opportunities in the Era of Industrial Revolution 4.0. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v11i1.16855>
- Hana, K. F., Safitri, S. U., & Sugianto. (2025). The Impact Of Sharia Compliance And Service Quality On Customer Loyalty: The Mediating Role Of Digital Banking Services. *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 13(1). 102-130. <https://doi.org/10.18860/ed.v13i1.32470>
- Hudaefi, F. A., & Beik, I. S. (2020). Digital Finance and Islamic Banking: Opportunities and Challenges. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance (JIMF)*, 6(4), 665-688. <https://jimf-bi.org/>
- Hutapea, R. A., & Marliyah. (2025). QRIS Dalam Keuangan Islam: Studi Literatur Tentang Implementasi Dan Kepatuhan Syariah. *Musyitari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 15(3), 91-100. <https://doi.org/10.8734/musyitari.v15i3.11195>
- Infobank News, "BSI Bidik Pembiayaan Tumbuh 16,54 Persen Jadi Rp310 Triliun di 2025," 2025, <https://infobanknews.com/bsi-bidik-pembiayaan-tumbuh-1654-persen-jadi-rp310-triliun-di-2025>.
- Kontan, "BSI Catat Pembiayaan SME Tumbuh 11,79% per Februari 2025," 2025, <https://keuangan.kontan.co.id/news/bank-syariah-indonesia-bsi-catat-pembiayaan-sme-tumbuh-1179-per-februari-2025>.
- Kontan, "BSI Catat Pertumbuhan Jumlah RDN Syariah Capai 26% hingga Mei 2025," 2025, <https://keuangan.kontan.co.id/news/bsi-catat-pertumbuhan-jumlah-rdn-syariah-capai-26-hingga-mei-2025>.
- OJK. (2023). Laporan Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia.

- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/>
- Santoso, I., & Hidayatullah, S. (2023). Peran Inovasi Digital dalam Peningkatan Daya Saing Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 11(2), 110-124  
<https://journal.uui.ac.id/>
- Sari, G., Naswya, S., Peggi, R., Vani, M. G., & Choiriyah, C. (2025). Prospects For The Development of Sharia Banking In Indonesia In The Digital Era. *Islamic Business Insight (ibis)*, 1(1), 35-44.  
<https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/ibis/article/view/1531>
- Setiagraha, D., Sakti, I. P., & Batin, M. H. (2023). Pengaruh Layanan Digital Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Arbitrase: Journal of Economics and Accounting*, 4(1), 39-48.  
<https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i1.1029>
- Shodiqin, D. H., & Nur, K. (2023). Penerapan Akad Wakalah Pada Transaksi Financial Teknologi Dengan Menggunakan Produk Dompot Digital (LinkAja Syariah). *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 5(1), 62-70.  
<https://doi.org/10.32528/at.v5i1.839>
- Sugiarti, D., & Meilani, A. (2023). Customer Satisfaction In Using Mobile Services Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 518-529.  
[https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).14820](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).14820)
- Tiara, E., Achmad, D., & Nasarruddin, R. (2023). An Analysis of Bank Syariah Indonesia Digitalization. *Talaa Journal of Islamic Finance*, 3(1), 38-50.  
<http://dx.doi.org/10.54045/talaa.v3i1.718>
- Winarsih, T. (2022). Memaknai Perkembangan Fintech Syariah melalui Sistem Akad Syariah. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 1(3), 130-142.  
<https://doi.org/10.58192/populer.v1i3.519>