

Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Syariah Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pembiayaan Syariah Di Indonesia

Lidia Nuramalina^{*}, Merinda Hana Aulia, Faaris Luthfi Syahiir & Deni Supriatna

UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: lidianuramalina3@gmail.com^{}*

Riwayat Artikel

Diterima: 06 November 2025

Disetujui: 06 Desember 2025

Diterbitkan: 20 Desember 2025

Abstract

The development of the Islamic finance industry in Indonesia shows a positive trend as public awareness of sharia-based financial principles increases. However, amid increasingly fierce competition with conventional financial institutions and fintech companies, Islamic finance companies face the challenge of improving performance and maintaining competitiveness. This study aims to comprehensively examine sharia financing product development strategies and their role in improving the performance of sharia financing companies in Indonesia. The research method used is a qualitative approach with a literature study method (library research), through a review of national and international scientific journals, Islamic economics textbooks, and official reports and publications from relevant authorities, such as the Financial Services Authority (OJK). The results of the study show that sharia financing product development strategies that include innovation, product diversification based on sharia contracts, and product adjustments to the needs of market segments, particularly MSMEs and consumer financing, contribute positively to increasing financing volume, asset growth, and market share expansion of sharia financing companies. In addition, the digitization of financing products through the use of financial technology and digital platforms has been proven to increase operational efficiency, expand access to Islamic financial services, and increase customer satisfaction and loyalty. These findings confirm that the development of Islamic financing products that are integrated with innovation and technology, while remaining based on Islamic principles, plays a strategic role in improving the performance of Islamic financing companies while supporting financial inclusion and strengthening a sustainable Islamic economic ecosystem in Indonesia.

Keywords: Company Performance, Digitization, Financing Companies Sharia, Product Development, Sharia financing.

Abstrak

Perkembangan industri pembiayaan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip keuangan berbasis syariah. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat dengan lembaga keuangan konvensional dan fintech, perusahaan pembiayaan syariah dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan kinerja dan mempertahankan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif strategi pengembangan produk pembiayaan syariah serta perannya dalam meningkatkan kinerja perusahaan pembiayaan syariah di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research), melalui penelaahan jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku teks ekonomi syariah, serta

laporan dan publikasi resmi dari otoritas terkait, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan syariah yang mencakup inovasi, diversifikasi produk berdasarkan akad syariah, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan segmen pasar khususnya UMKM dan pembiayaan konsumtif berkontribusi positif terhadap peningkatan volume pembiayaan, pertumbuhan aset, dan perluasan pangsa pasar perusahaan pembiayaan syariah. Selain itu, digitalisasi produk pembiayaan melalui pemanfaatan teknologi finansial dan platform digital terbukti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses layanan keuangan syariah, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan produk pembiayaan syariah yang terintegrasi dengan inovasi dan teknologi, serta tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariah, memiliki peran strategis dalam meningkatkan kinerja perusahaan pembiayaan syariah sekaligus mendukung inklusi keuangan dan penguatan ekosistem ekonomi syariah yang berkelanjutan di Indonesia.

Kata kunci: Digitalisasi, Kinerja Perusahaan, Pembiayaan Syariah Pengembangan Produk, Perusahaan Pembiayaan Syariah.

A. PENDAHULUAN

Industri pembiayaan syariah di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip-prinsip syariah, sektor pembiayaan syariah berperan penting dalam memperluas akses keuangan kepada masyarakat, khususnya yang menginginkan pembiayaan tanpa riba dan spekulasi. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatatkan bahwa total aset keuangan syariah di Indonesia terus mengalami kenaikan yang stabil, mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap produk-produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Keberadaan lembaga pembiayaan syariah yang mematuhi hukum Islam memiliki tantangan dan peluang tersendiri dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan konvensional dan perusahaan pembiayaan syariah lainnya di pasar yang semakin ketat ini (Permana et al., 2025).

Pengembangan produk pembiayaan syariah yang tepat merupakan salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing perusahaan pembiayaan syariah. Produk yang inovatif, memenuhi prinsip syariah, dan relevan dengan kebutuhan pasar dapat meningkatkan kinerja perusahaan, baik dari sisi finansial, operasional, maupun dalam hal kepuasan nasabah. Inovasi produk yang berbasis pada teknologi, seperti fintech syariah, memungkinkan perusahaan untuk menyediakan produk yang lebih efisien dan mudah diakses oleh nasabah, memperluas jangkauan pasar, serta mengurangi biaya operasional. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan pembiayaan syariah untuk dapat merancang dan mengembangkan produk-produk yang tidak hanya sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga memenuhi tuntutan pasar yang terus berkembang (Sufyan, 2020).

Perkembangan industri pembiayaan syariah di Indonesia tidak terlepas dari peran lembaga keuangan non-bank berbasis syariah (LKNBS), termasuk perusahaan pembiayaan syariah, yang merupakan bagian integral dari Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) syariah. IKNB syariah mencakup berbagai lembaga seperti pembiayaan syariah, lembaga keuangan mikro syariah, serta fintech syariah yang berfungsi sebagai alternatif sumber pembiayaan sesuai prinsip syariah sekaligus menjawab kebutuhan finansial masyarakat yang belum terlayani secara optimal oleh lembaga keuangan konvensional. Keberadaan LKNBS syariah telah terbukti memberikan kontribusi dalam memperluas akses pembiayaan dan mendukung

inklusi keuangan, khususnya melalui layanan yang lebih adil dan berlandaskan prinsip anti-riba serta pemberdayaan ekonomi umat. Perspektif literatur menunjukkan bahwa LKNBS syariah, termasuk perusahaan pembiayaan syariah, memiliki peran strategis dalam memperkuat ekosistem keuangan syariah Indonesia serta mendukung akses keuangan inklusif bagi UMKM dan masyarakat marjinal (Bintara T, 2024).

Meskipun pertumbuhan sektor pembiayaan syariah menunjukkan tren yang menjanjikan, perusahaan pembiayaan syariah tetap menghadapi sejumlah tantangan dalam mempertahankan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif. Persaingan dengan lembaga keuangan konvensional yang memiliki modal besar dan jangkauan pasar luas menjadi faktor eksternal yang signifikan, sementara perubahan preferensi konsumen, rendahnya tingkat literasi terhadap produk keuangan syariah, serta tantangan regulasi turut mempengaruhi kinerja lembaga pembiayaan syariah. Dalam konteks ini, strategi pengembangan produk pembiayaan syariah yang tepat menjadi sangat penting untuk mengatasi hambatan tersebut dan memastikan produk yang ditawarkan relevan, inovatif, serta tetap sesuai dengan prinsip syariah. Literatur menunjukkan bahwa inovasi dalam produk pembiayaan dapat meningkatkan efektivitas layanan sekaligus memperkuat posisi perusahaan syariah di tengah dinamika pasar yang berubah cepat (Sutandi, 2025).

Selain itu, pengembangan produk pembiayaan syariah perlu mempertimbangkan dampak dari kemajuan teknologi finansial (fintech) dan dinamika perilaku konsumen di era digital. Integrasi teknologi dalam layanan keuangan syariah, seperti pembiayaan digital berbasis aplikasi dan layanan pinjam meminjam online yang berlandaskan prinsip syariah, telah menjadi salah satu bentuk inovasi yang mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mempercepat proses layanan kepada nasabah. Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam lembaga keuangan syariah tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga meningkatkan inklusi keuangan melalui layanan digital yang responsif dan mudah diakses oleh segmen masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani. Hal ini menegaskan bahwa strategi pengembangan produk tidak hanya berupa diversifikasi produk secara konvensional, tetapi juga mencakup adopsi teknologi yang sesuai dengan hukum dan nilai syariah (Sari, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, pengembangan produk pembiayaan syariah menjadi isu strategis yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan pembiayaan syariah di Indonesia. Meskipun berbagai penelitian telah membahas perkembangan industri keuangan syariah dan kinerja lembaga keuangan syariah secara umum, kajian yang secara khusus menelaah strategi pengembangan produk pembiayaan syariah serta keterkaitannya dengan kinerja perusahaan pembiayaan syariah masih relatif terbatas dan tersebar. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih komprehensif untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk strategi pengembangan produk pembiayaan syariah yang relevan dengan karakteristik industri pembiayaan syariah di Indonesia, sekaligus menelaah perannya dalam mendukung peningkatan kinerja perusahaan di tengah dinamika persaingan industri keuangan yang semakin kompleks.

B. KAJIAN PUSTAKA

Konsep Pembiayaan Syariah

Pembiayaan syariah merupakan bentuk penyediaan dana atau tagihan berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam antara lembaga keuangan syariah dan pihak yang membutuhkan pembiayaan, dengan landasan utama menghindari riba (bunga), gharar (ketidakpastian

berlebihan), dan maysir (spekulasi) dalam setiap transaksi. Studi literatur menunjukkan bahwa prinsip-prinsip ini dirancang untuk menciptakan sistem pembiayaan yang adil, transparan, dan bermanfaat secara sosial bagi semua pihak, sehingga sesuai dengan tujuan maqashid syariah yang menitikberatkan kemaslahatan umat dan kesejahteraan bersama. Larangan riba, misalnya, berakar pada nilai keadilan ekonomis yang menolak praktik pengambilan keuntungan tanpa adanya pertukaran nilai yang jelas, sementara gharar dan maysir dicegah karena kedua unsur tersebut dapat membawa ketidakpastian dan ketidakadilan dalam hubungan kontraktual. Kajian integratif ini menjadi dasar penting bagi lembaga keuangan syariah dalam merumuskan produk pembiayaan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional industri, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai etika dan sosial dalam ekonomi Islam (Rahmania et al., 2025).

Pembiayaan syariah dibedakan dari sistem pembiayaan konvensional bukan hanya karena bebas dari riba, tetapi juga karena landasan filosofis dan tujuannya yang menekankan pada keberlanjutan sosial dan keadilan ekonomi. Dalam konteks ekonomi Islam, pembiayaan syariah bertujuan untuk menciptakan distribusi sumber daya yang lebih adil melalui pembagian risiko dan keuntungan antara lembaga keuangan dan nasabah, bukan sekadar peminjaman modal dengan biaya tetap yang memberatkan pihak yang membutuhkan. Perspektif ini sejalan dengan prinsip maqashid al-syariah yang menempatkan kemaslahatan umat sebagai tujuan utama syariah, sehingga pembiayaan syariah menjadi instrumen penting dalam memfasilitasi kegiatan produktif dan distribusi modal yang berkeadilan (Mariatul A, 2013).

Prinsip larangan riba pun tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan erat dengan larangan terhadap gharar (ketidakpastian berlebihan) dan maysir (perjudian atau spekulasi) yang dapat menciptakan ketidakadilan dan risiko tinggi dalam transaksi keuangan. Dalam kajian syariah, ketiga larangan ini berfungsi sebagai mekanisme untuk memastikan setiap transaksi bersifat jelas, adil, dan tidak merugikan salah satu pihak secara sepihak. Larangan gharar menuntut bahwa setiap transaksi harus didasarkan pada kepastian objek dan syarat kontrak, sedangkan larangan maysir menghindarkan lembaga keuangan dari aktivitas yang bersifat spekulatif dan berpeluang menyebabkan kerugian yang tidak proporsional. Hal ini merupakan fondasi etis yang membedakan pembiayaan syariah dari pembiayaan berbasis bunga dalam sistem keuangan konvensional (Sachio et al., 2025).

Selain itu, studi literatur juga menggarisbawahi bahwa pembiayaan syariah tidak hanya berfungsi sebagai alat pembiayaan semata, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang kuat, seperti dukungan terhadap ekonomi mikro dan pemberdayaan usaha kecil. Dalam praktiknya, model pembiayaan seperti mudharabah dan musyarakah menerapkan prinsip bagi hasil, yang tidak hanya meminimalkan risiko bagi pihak peminjam tetapi juga meningkatkan partisipasi nasabah dalam pengambilan keputusan usaha. Struktur seperti ini bertujuan untuk memperkuat keterlibatan nasabah dalam aktivitas ekonomi secara langsung, sehingga potensi pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan dapat tercapai. Hal ini menunjukkan bahwa pembiayaan syariah dapat berfungsi sebagai instrumen untuk memperkuat tanggung jawab sosial dan etika dalam sistem keuangan modern (Aziz et al., 2025).

Produk Pembiayaan Syariah

Produk pembiayaan syariah secara umum dibagi menurut jenis akad yang digunakan, yang mencerminkan pendekatan berbeda dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan masyarakat. Berdasarkan klasifikasi akad, produk pembiayaan syariah dapat dibedakan menjadi tiga kelompok utama, yakni pola jual beli, seperti murabahah, salam, dan istisna;

pola sewa, seperti ijarah dan ijarah muntahiyah bittamlik; serta pola bagi hasil, seperti mudharabah dan musyarakah. Ketiga pola pembiayaan ini memungkinkan lembaga pembiayaan syariah untuk menyesuaikan penawaran produknya sesuai dengan tujuan penggunaan dana, baik itu untuk modal kerja, investasi, konsumsi, maupun kebutuhan usaha lainnya. Pengelompokan ini juga menunjukkan bahwa pembiayaan syariah berakar kuat pada prinsip ekonomi Islam yang beragam dan fleksibel dalam memenuhi kebutuhan pasar tanpa melanggar ketentuan syariah (Dinana et al., 2022).

Dalam praktiknya, produk pembiayaan syariah berdasarkan akad murabahah merupakan salah satu yang paling sering digunakan karena mekanismenya yang relatif sederhana dan memberikan kepastian margin keuntungan bagi lembaga pembiayaan. Akad ini bekerja melalui pembelian aset oleh lembaga pembiayaan yang kemudian dijual kembali kepada nasabah dengan harga jual yang telah disepakati sebelumnya, sehingga menghindari praktek riba. Selain itu, akad mudharabah dan musyarakah yang berbasis bagi hasil menjadi alternatif pembiayaan untuk kegiatan usaha produktif, karena pembagian keuntungan dilakukan berdasarkan kesepakatan proporsional antara pemilik modal dan pengelola usaha. Kajian literatur mengindikasikan bahwa penggunaan akad-akad ini tidak hanya meningkatkan variasi produk tetapi juga relevan untuk mendorong partisipasi nasabah dalam kegiatan usaha dan investasi jangka panjang (Silfia et al., 2025).

Keberadaan berbagai jenis produk pembiayaan ini turut mendukung perluasan pangsa pasar lembaga pembiayaan syariah, terutama pada segmen UMKM dan individu yang memiliki preferensi terhadap sistem keuangan yang bebas unsur riba dan spekulatif. Studi empiris menunjukkan bahwa diversifikasi produk pembiayaan syariah yang mencakup berbagai akad dan skema transaksi berpengaruh positif terhadap kinerja lembaga keuangan syariah karena mampu menarik lebih banyak nasabah dan mengurangi risiko portofolio melalui penyebaran jenis pembiayaan yang lebih luas. Dengan demikian, keberagaman produk pembiayaan syariah menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pembiayaan syariah di Indonesia (Tri & Mochamad, 2025).

Strategi Pengembangan Produk dalam Perusahaan Pembiayaan Syariah

Strategi pengembangan produk pembiayaan syariah tidak hanya mencakup penciptaan produk baru, tetapi juga memerlukan inovasi berkelanjutan yang responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar dan dinamika industri keuangan. Hal ini didukung oleh kajian yang menunjukkan bahwa lembaga keuangan syariah perlu mengembangkan inovasi produk yang tidak hanya mematuhi prinsip syariah tetapi juga dapat memberikan nilai tambah bagi nasabah, seperti kemudahan akses, fleksibilitas skema pembayaran, dan fitur digital yang relevan dengan gaya hidup konsumen modern. Pengembangan inovasi ini dapat memperkuat posisi lembaga pembiayaan syariah dalam persaingan dengan produk keuangan konvensional sekaligus meningkatkan inklusi finansial di masyarakat (Nufus et al., 2024).

Selain itu, strategi pengembangan produk syariah seringkali melibatkan adopsi teknologi digital sebagai sarana untuk merespons kebutuhan konsumen yang semakin mengutamakan layanan cepat, transparan, dan efisien. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi memungkinkan perusahaan pembiayaan syariah untuk menjangkau nasabah yang lebih luas, termasuk generasi milenial dan segmen yang belum terlayani secara optimal oleh layanan tradisional. Melalui kolaborasi dengan fintech syariah, perusahaan dapat meluncurkan produk pembiayaan berbasis aplikasi digital, mobile banking, dan platform online lainnya yang

memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi serta mempercepat proses penyaluran pembiayaan (K & Maharani, 2024).

Selain inovasi dan digitalisasi, diversifikasi produk pembiayaan juga merupakan bagian penting dari strategi pengembangan produk dalam perusahaan pembiayaan syariah. Diversifikasi ini mencakup penerapan berbagai akad dan skema pembiayaan sesuai karakteristik pelanggan serta kebutuhan sektor usaha tertentu, sehingga tidak hanya mengandalkan satu jenis produk saja. Dengan strategi diversifikasi, perusahaan pembiayaan syariah dapat menawarkan solusi pembiayaan yang lebih komprehensif misalnya pembiayaan untuk usaha mikro, modal kerja melalui kerja sama musyarakah, hingga fasilitas trade finance yang mendukung kegiatan ekspor impor yang pada akhirnya mampu meningkatkan daya saing perusahaan (Ihsan, 2024).

Digitalisasi dan Inovasi Produk Pembiayaan Syariah

Selain sebagai alat operasional, digitalisasi juga berperan penting dalam peningkatan inklusi keuangan syariah dengan membuka akses layanan pembiayaan kepada masyarakat yang sebelumnya kurang terlayani oleh lembaga keuangan tradisional. Kajian literatur menunjukkan bahwa pemanfaatan fintech syariah dapat memperluas jangkauan layanan pembiayaan syariah, terutama di daerah terpencil dan di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang memungkinkan mereka mendapatkan akses modal usaha tanpa hambatan geografis. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa teknologi digital tidak hanya mempercepat proses transaksi tetapi juga menurunkan biaya operasional sehingga berdampak positif terhadap efisiensi layanan dan perluasan akses pembiayaan syariah secara menyeluruh.

Dalam kerangka inovasi produk, digitalisasi telah mendorong kemunculan berbagai layanan berbasis teknologi seperti peer-to-peer (P2P) lending syariah, digital payment systems, dan platform crowdfunding yang beroperasi sesuai kaidah syariah. Layanan tersebut memperluas pilihan produk pembiayaan yang tersedia bagi nasabah dan memungkinkan perusahaan pembiayaan syariah untuk menyediakan solusi yang lebih fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan finansial nasabah di era digital. Studi juga menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam layanan syariah dapat memperkuat keterlibatan nasabah melalui pengalaman pengguna yang lebih baik dan meningkatkan literasi keuangan syariah melalui akses informasi yang lebih mudah (Margareta et al., 2025).

Meskipun begitu, digitalisasi dan inovasi produk pembiayaan syariah tidak terlepas dari tantangan yang masih harus diatasi, termasuk kesenjangan infrastruktur teknologi, keterbatasan literasi digital di kalangan masyarakat, serta perlunya kerangka regulasi yang mendukung fintech syariah secara holistik. Peran otoritas keuangan seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Dewan Pengawas Syariah menjadi penting dalam memastikan bahwa inovasi digital tidak hanya efisien dan inklusif, tetapi juga tetap sesuai dengan prinsip syariah. Regulasi yang kuat dan edukasi publik dapat membantu mengatasi hambatan tersebut serta mendorong adaptasi teknologi yang lebih luas dalam industri pembiayaan syariah (Widiyanto & Zuhri, 2024).

Kinerja Perusahaan Pembiayaan Syariah

Selain pengukuran kinerja melalui indikator dasar seperti profitabilitas dan efisiensi, beberapa kajian literatur juga menekankan pentingnya pengukuran kinerja yang mencakup indikator syariah seperti maqashid syariah dalam menilai keberhasilan lembaga keuangan Islam. Pendekatan maqashid syariah mempertimbangkan tidak hanya ukuran finansial tetapi juga sejauh mana perusahaan pembiayaan syariah dapat mencapai tujuan syariah yang lebih luas, seperti kesejahteraan masyarakat dan keadilan ekonomi. Kajian sistematis terhadap

model pengukuran kinerja menunjukkan bahwa penggunaan Sharia Maqashid Index atau indeks serupa dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang kinerja lembaga keuangan syariah dibandingkan hanya menggunakan rasio keuangan konvensional semata. Dengan demikian, pengukuran kinerja yang mengintegrasikan prinsip maqashid syariah menjadi relevan dalam konteks pembiayaan syariah (Marheni, 2024).

Penelitian lain yang relevan dengan konteks perusahaan pembiayaan syariah menunjukkan bahwa rasio pembiayaan bermasalah (NPF) dan rasio pembiayaan terhadap simpanan (FDR) juga merupakan indikator penting dalam menilai kesehatan dan stabilitas perusahaan pembiayaan syariah. Perusahaan dengan NPF yang rendah menunjukkan kemampuan yang baik dalam menyeleksi dan mengelola portofolio pembiayaan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kepercayaan nasabah dan performa jangka panjang. Selain itu, rasio FDR yang optimal mencerminkan keseimbangan antara kemampuan perusahaan dalam menyalurkan pembiayaan dan menjaga likuiditasnya, sehingga menjadi indikator kinerja yang penting dalam konteks lembaga pembiayaan. (Nur & Wiwit, 2022)

Bukti empiris menunjukkan bahwa perbandingan kinerja keuangan antara perusahaan pembiayaan syariah dan konvensional dapat memberikan wawasan tentang keunggulan relatif model pembiayaan syariah dalam hal beberapa aspek rasio keuangan. Misalnya, kajian analisis perbandingan kinerja keuangan menunjukkan bahwa perusahaan pembiayaan syariah mampu menunjukkan kinerja yang kompetitif dibandingkan perusahaan pembiayaan konvensional melalui rasio tertentu seperti rasio aset terhadap kewajiban dan struktur modal, yang mencerminkan stabilitas finansial dan efisiensi operasional. Temuan ini menguatkan argumen bahwa pembiayaan syariah memiliki karakteristik yang mampu bersaing secara finansial sambil tetap mempertahankan prinsip syariah (Widuri, 2019).

Hubungan Strategi Pengembangan Produk dengan Kinerja Perusahaan Pembiayaan Syariah

Strategi pengembangan produk pembiayaan syariah juga berpengaruh terhadap pertumbuhan volume pembiayaan dan pangsa pasar perusahaan pembiayaan syariah di Indonesia. Inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan segmen tertentu, seperti pembiayaan yang fleksibel bagi UMKM dan milenial, memungkinkan perusahaan untuk memperluas basis nasabah dan meningkatkan total portofolio pembiayaan. Produk yang disesuaikan dengan karakteristik pasar ini tidak hanya mempermudah penetrasi pasar tetapi juga berdampak positif terhadap indikator kinerja perusahaan seperti pertumbuhan aset dan peningkatan pembiayaan produktif. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk yang responsif terhadap dinamika konsumen dapat menjadi salah satu pendorong utama kinerja lembaga pembiayaan syariah (Mufti & Hannase, 2024).

Selain itu, strategi pengembangan produk yang efektif juga berkaitan dengan tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah, yang pada akhirnya berdampak pada stabilitas pendapatan perusahaan pembiayaan syariah. Penelitian mengenai inovasi produk keuangan syariah menekankan pentingnya pengembangan produk yang tidak hanya berlandaskan prinsip syariah tetapi juga memberikan manfaat fungsional yang jelas bagi nasabah. Dengan menghadirkan produk yang lebih mudah diakses dan relevan secara ekonomi, lembaga pembiayaan syariah berpotensi meningkatkan retensi nasabah dan frekuensi transaksi, yang kemudian meningkatkan kinerja operasional perusahaan dalam jangka panjang (Ferlangga A, 2017)

Inovasi produk yang mengintegrasikan saluran distribusi digital dapat memperkuat daya saing dan kinerja perusahaan pembiayaan syariah, khususnya dalam menghadapi persaingan

dengan lembaga keuangan konvensional dan fintech. Pengembangan produk yang dilengkapi dengan solusi digital misalnya melalui aplikasi mobile atau platform online memungkinkan proses penyaluran pembiayaan yang lebih cepat, efisien, dan transparan. Studi empiris pada lembaga keuangan syariah menunjukkan bahwa integrasi saluran digital dalam strategi produk dapat memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan pengalaman nasabah, sehingga berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis dan kinerja keuangan perusahaan pembiayaan syariah (Mufti & Hannase, 2024).

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Seluruh analisis dalam penelitian ini didasarkan pada penelaahan berbagai sumber ilmiah yang relevan, seperti jurnal nasional dan internasional, buku teks ekonomi syariah, laporan tahunan perusahaan pembiayaan syariah, serta publikasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia.

Pemilihan literatur dilakukan secara purposive, yaitu dengan mempertimbangkan kesesuaian topik dan keterkaitan langsung dengan variabel penelitian, yaitu strategi pengembangan produk dan kinerja perusahaan pembiayaan syariah. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif melalui proses identifikasi, klasifikasi, dan sintesis isi literatur untuk menemukan pola, konsep, serta hubungan antara strategi pengembangan produk dan peningkatan kinerja perusahaan pembiayaan syariah.

Hasil kajian literatur ini diharapkan dapat memberikan pemahaman konseptual dan strategis mengenai peran pengembangan produk dalam memperkuat kinerja lembaga pembiayaan syariah di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi studi empiris selanjutnya yang meneliti secara langsung penerapan strategi pengembangan produk di lapangan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Syariah

Analisis literatur membuktikan bahwa pendekatan pengembangan produk dalam pembiayaan syariah di Indonesia lebih menekankan pada inovasi yang sesuai dengan prinsip syariah dan responsif terhadap permintaan pasar. Inovasi dalam produk menjadi elemen krusial untuk meningkatkan daya saing institusi pembiayaan syariah, terutama mengingat keberadaan lembaga keuangan tradisional dan fintech yang sangat kuat. (Syafiqe et al., 2021) menyatakan bahwa inovasi produk di lembaga keuangan syariah tidak hanya terpaku pada peluncuran produk baru, tetapi juga memfokuskan pada pengembangan fitur, skema akad, serta nilai tambah yang memberikan manfaat bagi nasabah.

Dalam praktiknya di Indonesia, pengembangan produk pembiayaan syariah banyak difokuskan pada segmen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta pembiayaan konsumtif yang berlandaskan kebutuhan nyata masyarakat. Penelitian empiris di Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa penyesuaian produk pembiayaan dengan profil nasabah, seperti pembiayaan kendaraan dan KUR Syariah, dapat meningkatkan penyaluran pembiayaan dan memperluas jumlah nasabah (Anggraini et al., 2024). Hasil ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk yang berfokus pada pasar memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan bisnis lembaga pembiayaan syariah.

Digitalisasi sebagai Strategi Pengembangan Produk Pembiayaan Syariah

Hasil tinjauan literatur menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi pendekatan krusial dalam pengembangan produk pembiayaan syariah. Penggunaan teknologi digital memberikan kesempatan bagi perusahaan pembiayaan syariah meningkatkan efisiensi dalam proses pembiayaan, mempercepat pengambilan keputusan, serta memperluas cakupan layanan yang ditawarkan. (Kharisma & Vanni, 2025) menyebutkan bahwa digitalisasi dalam produk pembiayaan syariah berperan penting dalam meningkatkan keterjangkauan UMKM terhadap pembiayaan, terutama untuk pelaku usaha yang sebelumnya menghadapi kesulitan dalam mengakses lembaga keuangan resmi.

Lebih jauh, keberadaan fintech syariah serta platform digital mendorong terciptanya inovasi produk seperti pembiayaan melalui aplikasi dan pinjaman P2P syariah. (Fadilah et al., n.d.) menekankan bahwa produk inovatif berbasis digital tidak hanya memperbaiki aksesibilitas layanan keuangan syariah, tetapi juga membantu meningkatkan pemahaman literasi keuangan syariah di masyarakat lewat kemudahan mendapatkan informasi dan transparansi produk. Dengan kata lain, digitalisasi bukan hanya berfungsi sebagai alat operasional, melainkan juga sebagai alat strategis dalam pengembangan produk pembiayaan syariah.

Efek Pengembangan Produk terhadap Kinerja Perusahaan Pembiayaan Syariah

Inovasi serta diversifikasi dalam produk pembiayaan syariah terbukti memberikan efek yang menguntungkan bagi kinerja perusahaan di sektor ini. Penelitian oleh (Darin et al., 2025) mengindikasikan bahwa inovasi dalam produk dan pengembangan saluran distribusi berkontribusi pada pertumbuhan dalam pembiayaan dan peningkatan aset perusahaan pembiayaan syariah di Indonesia. Produk yang dirancang dengan memperhatikan kebutuhan pasar mampu membawa peningkatan dalam volume pembiayaan serta menguatkan kestabilan pendapatan perusahaan.

Dari perspektif kinerja yang tidak berkaitan dengan finansial, strategi pengembangan produk berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kajian oleh (Fadilah et al., n.d.) terkait pembiayaan KPR syariah menunjukkan bahwa produk dengan skema yang lebih fleksibel dan mudah dimengerti menarik lebih banyak perhatian masyarakat terhadap pembiayaan syariah. Ini berkontribusi pada peningkatan reputasi perusahaan serta kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pembiayaan syariah sebagai pilihan pembiayaan yang adil dan transparan.

Sintesis Strategi Pengembangan Produk dan Kinerja Perusahaan

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan untuk pengembangan produk dalam pembiayaan syariah berkaitan erat dengan peningkatan kinerja lembaga keuangan syariah. Perubahan dalam produk, digitalisasi layanan, serta modifikasi strategi pemasaran terbukti efektif dalam memacu pertumbuhan pembiayaan dan meningkatkan daya saing lembaga. (Darin et al., 2025) menekankan bahwa kesuksesan dalam pengembangan produk pembiayaan syariah sangat dipengaruhi oleh dukungan dari kebijakan pengatur serta arah perkembangan industri keuangan syariah di tingkat nasional.

Oleh karena itu, pendekatan pengembangan produk dalam pembiayaan syariah tidak hanya memberikan dampak positif terhadap hasil finansial lembaga, tetapi juga berperan dalam mendukung tujuan inklusi finansial serta penguatan ekonomi syariah yang berkelanjutan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa pengembangan produk di sektor pembiayaan syariah harus dilakukan secara komprehensif dengan mengintegrasikan aspek inovasi, teknologi, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk pembiayaan syariah merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kinerja perusahaan pembiayaan syariah di Indonesia. Berbagai temuan dalam artikel ini mengindikasikan bahwa inovasi dan diversifikasi produk pembiayaan melalui pemanfaatan beragam akad syariah serta penyesuaian produk dengan kebutuhan segmen pasar seperti UMKM dan pembiayaan konsumtif berkontribusi secara nyata terhadap peningkatan volume pembiayaan, pertumbuhan aset, dan perluasan pangsa pasar perusahaan pembiayaan syariah. Hal ini menegaskan bahwa kemampuan perusahaan dalam merespons dinamika kebutuhan pasar menjadi determinan penting bagi keberlanjutan kinerja perusahaan.

Selain pengembangan produk secara konvensional, digitalisasi muncul sebagai strategi yang semakin krusial dalam penguatan kinerja perusahaan pembiayaan syariah. Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dan fintech syariah mampu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses penyaluran pembiayaan, serta memperluas akses layanan keuangan syariah, khususnya bagi pelaku UMKM dan masyarakat yang belum terjangkau layanan keuangan formal. Lebih lanjut, digitalisasi produk pembiayaan syariah juga berperan dalam meningkatkan kualitas layanan, transparansi, serta pemahaman nasabah terhadap produk syariah, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan produk pembiayaan syariah yang dilakukan secara terintegrasi dengan Mengkombinasikan inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah tidak hanya mendorong peningkatan kinerja finansial perusahaan pembiayaan syariah, tetapi juga memperkuat peran lembaga tersebut dalam mendukung inklusi keuangan dan pengembangan ekonomi syariah yang berkelanjutan. Dengan demikian, penguatan strategi pengembangan produk pembiayaan syariah menjadi kebutuhan strategis yang tidak terpisahkan dari upaya meningkatkan daya saing dan relevansi perusahaan pembiayaan syariah di tengah transformasi industri keuangan nasional.

REFERENSI

- Anggraini, T., Harahap, M. Y. P., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). *Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Padang Bulan Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan*. 9(204), 135–143.
- Aziz, A., Khayat, N., & Niskaromah, W. (2025). A Literature Review On Risk Management In Mudharabah And Musyarakah Financing Products Within The Context Of Islamic Banking. *Zabags International Journal Of Economy*, 3(2), 271–279.
- Bintara Tamtama Putra, M. G. D. M. (2024). Peran Industri Keuangan Non-Bank Berbasis Syariah. *Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 162–174.
- Darin Diffana Athifah , Wahdan Saiduroihan , Salwa Salsabila, J., & Fauziah, R. (2025). *Revisi Proyeksi Pertumbuhan Pembiayaan Perbankan Syariah 2025* : 3(2), 211–214.
- Dinana, F., Imtikhanah, S., & Hudaya, F. (2022). Implementasi Fatwa Dan Mui Tentang Murabahah Pada Produk. *Jurnal Neraca*, 18, 62–89.
- Fadilah, D., Munajat, M., & Hutabarat, A. S. (N.D.). *Strengthening Islamic Financial Literacy Through Product Innovation In The Era Of Globalization : A Qualitative Literature Study From The Perspective Of Islamic Economics*. 58–66.
- Ferlangga Al Yozika, N. K. (2017). *Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan*

- Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah*. 01(02), 100–107.
- Ihsan, M. (2024). Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Menjawab Kebutuhan Masyarakat Modern. *Journal Of Islamic Finance And Syariah Banking*, 2(1).
- K, A. S. R. K., & Maharani, H. N. (2024). Inovasi Dan Pengembangan Produk Keuangan Syariah: Tantangan Dan Prospek Di Era Revolusi Industri 4.0. 08(01), 1–14.
- Kharisma, E., & Vanni, K. M. (2025). Strategi Bank Syariah Dalam Mendukung Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. 4(1).
- Margareta, V. S., Astuti, R. P., & Ali, H. M. (2025). Kontribusi Ekonomi Berbasis Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Era Modern. *Penelitian Nusantara*, 1, 76–83.
- Marheni, F. (2024). The Literature Review Of Islamic Performance Measurement Models At Sharia Banks In Indonesia. *Journal Of Islamicaccounting And Finance Research*, 6(1), 107–132.
- Mariatul Aida Jaffar, R. M. (2013). Determinants Of Attitude Towards Islamic Financing Among Halal-Certified Micro And Smes: A Proposed Conceptual Framework. *International Journal Of Education And Research*, 1(8), 1–10.
- Mufti, R., & Hannase, M. (2024). Product And Distribution Channel Innovation To Enhance The Growth Of Islamic Financing Companies In Indonesia. 3(12), 2523–2542.
- Nufus, A., Munfasir Oh, M., & Sari, R. N. (2024). Strategi Inovasi Produk Keuangan Syariah Untuk Meningkatkan Inklusi Finansial Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten , Indonesia Strategi Inovasi Produk Keuangan Syariah Dapat Diimplementasikan Secara Efektif Untuk. 2, 104–116.
- Nur Piyatd Fitri Kaisupy, Wiwit Mustafidah, V. S. P. (2022). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Pembiayaan Syariah Dan Konvensional Tahun 2017-2021. *Ekonomi Syariah Darussalam*, 3(2), 19–40.
- Permana, A. T., Fadla, D. A., Azzahra, G. M., & Fulih, N. N. (2025). Pengaruh Keuangan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Makro Di Indonesia. 1(1), 173–182.
- Rahmania, Razak, A. D. R., & Jamal, A. F. (2025). Penerapan Prinsip Larangan Maysir, Gharar, Dan Riba Dalam Bank Syariah. 3(2), 9–19.
<https://doi.org/10.33477/Am.V3i2.9202>
- Sachio, D. U., Ibrahim, M., Naa, N. A., Adni, S. N., Sari, T. M., & Aisyah, U. (2025). Konsep Dan Implementasi Maisir , Gharar , Serta Riba : Tinjauan Dalil Dan Perspektif Lintas Agama Yang Dilakukan Melalui Penelusuran Berbagai Referensi . Yang Berkaitan Dengan Perbankan. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 2(September), 76–82.
- Sari, L. P. (2023). Model Pembiayaan Syariah Berbasis Teknologi Dalam Mendukung Pengembangan Industri Halal. 9(01), 300–306.
- Silfia, A., Syariah, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Islam, U., & Makassar, N. A. (2025). Akad - Akad Dan Produk Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, Volume. 2,(21), 46–60.
- Sufyan. (2020). Produk Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Pendidikan Dan Studi Islam*, 6(2), 1–15.
- Sutandi, A. B. (2025). Development Strategy And Innovation Of Non-Bank Islamic Financial Institutions: A Study On Bmt , Kspps , And Islamic Fintech In Indonesia Strategi Pengembangan Dan Inovasi Lembaga Keuangan Syariah Non-Bank: Studi Pada Bmt , Kspps , Dan Fintech Syariah D. Jicn: *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, Vol : 2 No, 2265–2273.
- Syafiqe, M., Rahim, A., & Buang, A. H. (2021). The Theory Of Product Innovation And Its Application In Islamic Banking. 10(2), 112–123.
- Tri Puspita Ningtyas, Mochamad Fariz Irianto, A. R. S. (2025). Pengaruh Leverage,

- Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Dan Ijarah Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7, 3349–3365. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V7i9.8742>
- Widiyanto, A., & Zuhri, S. (2024). Technological Innovation In Islamic Finance : An Analysis Of The Government's Role In Regulating And Supporting Islamic Fintech Ekonomi Syariah , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam , Universitas Islam Bunga Bangsa. *Santri : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2, 258–267.
- Widuri, T. (2019). *Pengaruh Inflasi Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Pembiayaan*. 3(1).