

Analisis Kompetitif Bank Syariah Karang Kobar Melalui Pendekatan *Porter's Five Forces*

Aenia Latif Fathonah^{1*}, Luthfi Ranawati Pratami², Unik Depisari³, Yoiz Shofwa Shafrani⁴

¹⁻⁴Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Alamat: Jl. Ahmad Yani No.40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec.Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53126

*Korespondensi penulis: 224110202178@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the competitive advantage strategy of Islamic Banks using the Porter's Five Forces approach, which is used to understand the competitive position of Islamic Banks in facing the dynamics of the financial industry that continues to grow. This study includes qualitative research methods with the approach of Field research and Library research, which are supported by interviews or observations as the main data collection techniques. The results of the study indicate that the Threat of New Entrants BSI Karang Kobar is aware of the threat of new entrants and faces internal challenges, especially in the marketing aspect which is still low. Customer strength is shown through the influence of satisfaction with products and employee behavior on loyalty, especially on flagship products such as KPR, gold installments, and micro financing. Supplier strength shows that there is a great opportunity for suppliers to establish partnerships with Islamic financial institutions. The threat of substitute products has not been found directly, but digital transformation to the Byond By BSI platform is a concern. In industrial competition, BSI Karang Kobar admits that it still faces challenges, such as limited economies of scale compared to conventional banks. Thus, the application of sharia principles in the formulation of business strategies allows Islamic banks to build customer loyalty and create sustainable competitive advantages. Porter's Five Forces approach has proven to be relevant and effective in helping Islamic banks formulate adaptive and valuable strategies in facing competition in the modern financial industry.*

Keywords: *Porter Five Forces, BSI Karang Kobar, Competitive Advantage Strategy*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keunggulan kompetitif Bank Syariah dengan menggunakan pendekatan *Porter's Five Forces*, yaitu digunakan untuk memahami posisi kompetitif Bank Syariah dalam menghadapi dinamika industri keuangan yang terus berkembang. Penelitian ini mencakup metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Penelitian data lapangan (*field research*) dan penelitian pustaka (*Library research*), yang didukung oleh wawancara atau observasi sebagai teknik utama pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya Ancaman Pendatang Baru BSI Karang Kobar menyadari adanya ancaman pendatang baru dan menghadapi tantangan internal, terutama dalam aspek pemasaran yang masih rendah. Kekuatan pelanggan ditunjukkan melalui pengaruh kepuasan terhadap produk dan perilaku karyawan terhadap loyalitas, khususnya pada produk andalan seperti KPR, cicil emas, dan pembiayaan mikro. Kekuatan pemasok menunjukkan adanya peluang besar bagi pemasok untuk menjalin kemitraan dengan lembaga keuangan syariah. Ancaman produk pengganti saat ini belum ditemukan secara langsung, namun transformasi digital ke platform Byond By BSI menjadi perhatian. Dalam Persaingan industri, BSI Karang Kobar mengakui masih menghadapi tantangan, seperti skala ekonomi yang terbatas dibandingkan bank konvensional. Dengan demikian, penerapan prinsip syariah dalam formulasi strategi bisnis memungkinkan bank syariah untuk membangun loyalitas pelanggan serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pendekatan *Porter's Five Forces* terbukti relevan dan efektif dalam membantu bank syariah merumuskan strategi yang adaptif dan bernilai dalam menghadapi persaingan industri keuangan modern.

Kata Kunci: *Porter Five Forces, BSI Karang Kobar, Strategi Keunggulan Kompetitif*

1. LATAR BELAKANG

Kerangka kerja lima kekuatan Porter (persaingan dengan pesaing yang ada, ancaman pendatang baru, kekuatan pemasok dan pembeli, produk dan layanan pengganti) didasarkan pada persepsi bahwa strategi organisasi harus menghadapi peluang dan ancaman dalam lingkungan eksternal organisasi. Strategi kompetitif harus didasarkan pada pemahaman tentang struktur industri dan cara perubahannya. Porter berpendapat bahwa tujuan ahli strategi adalah mengenali dan menangani lingkungan kompetitif dengan melihat langsung pesaing, atau merenungkan perspektif yang lebih luas yang bersaing dengan organisasi (Gerard & Bruijil, 2019). Dapat dikatakan, kemajuan teknologi dan berbagai cara berpikir strategis, seperti membentuk masa depan, terlibat dengan pelanggan, dan menciptakan nilai jangka panjang menggunakan cara-cara inovatif mungkin telah mengubah pemikiran lima kekuatan Porter dari bersaing dalam lingkungan kompetitif yang ada menjadi mencari peluang di pasar inovatif baru.

Dalam penelitian ini, penting untuk memahami bagaimana berbagai kekuatan tersebut saling berinteraksi dan berdampak pada strategi bisnis syariah. Sebagai contoh, daya tawar pembeli dalam industri syariah cenderung meningkat seiring dengan tumbuhnya kesadaran konsumen terhadap nilai-nilai etika dan keberlanjutan. Di sisi lain, potensi ancaman dari produk pengganti juga patut dicermati, terutama dengan hadirnya alternatif non-syariah yang mungkin menawarkan harga yang lebih bersaing (Lumbanraja et al., 2019).

Penelitian ini menunjukkan bahwa menggabungkan strategi bisnis dengan prinsip-prinsip etika syariah dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan menerapkan nilai-nilai syariah dalam seluruh aspek operasional, sebuah bisnis tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, analisis menggunakan pendekatan *Porter Five Forces* tetap relevan, karena dapat membantu memahami dinamika persaingan serta merumuskan strategi yang selaras dengan nilai-nilai syariah untuk meningkatkan daya saing dalam pasar yang kompetitif (Cahyono & Hakim, 2020; Wafaretta et al., 2023).

2. KAJIAN TEORITIS

Porter's Five Forces merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis tingkat persaingan dalam sebuah industri. Metode ini mengidentifikasi lima faktor utama yang memengaruhi dinamika persaingan. Tiga dari lima faktor tersebut berhubungan dengan persaingan yang bersifat horizontal, yaitu ancaman dari produk substitusi, intensitas persaingan

di antara pelaku usaha yang sudah beroperasi, serta potensi munculnya pendatang baru dalam industri tersebut.

Dalam penelitian ini Pendekatan *Porter Five Forces* merupakan alat analisis yang efektif untuk memahami dan merumuskan strategi keunggulan kompetitif dalam bisnis. Tujuan dari penelitian yaitu untuk memahami seberapa besar posisi ancaman persaingan industri yang dimiliki strategi Bank Syariah, yang dimanfaatkan untuk menganalisa dalam menentukan strategi bersaing berdasarkan *Porter's Five Forces*, yang direncanakan Bank Syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, dan mampu bertahan serta mengoptimalkan kompetitif dalam lembaga keuangan.

2.1 Teori Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merujuk pada kemampuan suatu organisasi untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pelanggan, sehingga membedakannya dari pesaing dan sulit ditiru. Konsep ini diperkenalkan oleh Michael Porter pada tahun 1985 sebagai dasar pemikiran strategis dalam dunia bisnis. Porter menekankan pentingnya pemahaman mendalam terhadap struktur industri agar perusahaan dapat merancang posisi strategis yang unggul. Menurutnya, terdapat tiga jalan utama dalam membangun keunggulan kompetitif, yaitu kepemimpinan biaya, diferensiasi produk atau layanan, serta fokus pada segmen pasar tertentu. Ketiga pendekatan ini harus dipilih berdasarkan karakteristik industri dan sumber daya organisasi untuk mencapai keunggulan yang berkelanjutan.

2.2 Model Lima Kekuatan Porter

Porter's Five Forces adalah kerangka analisis industri yang membantu organisasi menilai intensitas persaingan serta profitabilitas potensialnya. Kerangka ini terdiri atas lima kekuatan utama yang saling berkaitan dan menentukan daya tarik suatu industri.

2.2.1 Ancaman Pendatang Baru

Tingkat hambatan masuk ke suatu industri sangat mempengaruhi potensi keuntungan jangka panjang. Hambatan ini dapat berupa kebutuhan modal besar, regulasi ketat, atau loyalitas pelanggan terhadap merek yang sudah mapan. Semakin tinggi hambatan tersebut, semakin kecil ancaman dari pendatang baru.

2.2.2 Kekuatan Pemasok

Pemasok yang memiliki kekuatan tawar tinggi dapat meningkatkan harga bahan baku atau menurunkan kualitas produk, sehingga memengaruhi margin keuntungan perusahaan.

Faktor yang menentukan adalah konsentrasi pemasok, ketersediaan substitusi, serta pentingnya volume pesanan perusahaan terhadap pemasok.

2.2.3 Kekuatan Pembeli

Pembeli yang memiliki akses informasi lengkap dan pilihan produk alternatif dapat menekan harga atau menuntut kualitas lebih tinggi. Ketika kekuatan tawar pembeli meningkat, perusahaan harus meningkatkan nilai tambah atau efisiensi biaya untuk mempertahankan margin keuntungan.

2.2.4 Ancaman Produk Pengganti

Produk pengganti mampu mengalihkan permintaan pelanggan dan menurunkan pangsa pasar. Ancaman ini semakin kuat jika produk substitusi menawarkan harga lebih murah, fitur lebih baik, atau akses yang lebih mudah.

2.2.5 Persaingan Antar Pelaku Industri

Tingkat persaingan di antara perusahaan yang sudah ada mencakup intensitas persaingan harga, iklan, inovasi produk, dan layanan purna jual. Persaingan yang ketat umumnya menekan margin keuntungan dan memaksa perusahaan untuk terus berinovasi.

2.3 Aplikasi Pendekatan Five Forces dalam Perbankan Syariah

Analisis lima kekuatan Porter dapat disesuaikan untuk memahami dinamika industri perbankan syariah, di mana aturan dan nilai-nilai syariah menjadi kerangka operasional. Karakteristik utama perbankan syariah, seperti larangan riba, spekulasi, dan ketidakpastian berlebihan, mempengaruhi struktur persaingan dan hubungan antara pelaku industri.

2.3.1 Hambatan Masuk dalam Industri Perbankan Syariah

Regulasi Bank Indonesia serta kebutuhan modal dan kepatuhan syariah menciptakan hambatan tersendiri bagi calon bank syariah baru. Pada saat yang sama, kepatuhan ini memacu inovasi produk yang sesuai prinsip etis dan keberlanjutan.

2.3.2 Kekuatan Pemasok Dana

Investor dan pemilik dana di perbankan syariah menuntut transparansi, keadilan pembagian laba, dan kepastian bahwa dana dikelola sesuai prinsip bagi hasil. Kualitas manajemen risiko dan reputasi syariah menjadi faktor penentu.

2.3.3 Kekuatan Nasabah

Nasabah perbankan syariah semakin cerdas dalam memilih produk finansial yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga sesuai nilai-nilai etika dan sosial. Perubahan preferensi nasabah ini menuntut bank syariah untuk terus meningkatkan layanan dan inovasi.

2.3.4 Ancaman Layanan Keuangan Alternatif

Fintech syariah dan platform peer-to-peer semakin mengancam pangsa pasar bank syariah tradisional dengan menawarkan kemudahan akses dan kecepatan proses. Adopsi teknologi digital menjadi kunci mempertahankan daya saing.

2.3.5 Persaingan Antar Bank Syariah dan Konvensional

Persaingan tidak hanya terjadi antara bank syariah sendiri, tetapi juga dengan bank konvensional yang mulai menawarkan produk serupa berlabel syariah. Untuk itu, bank syariah perlu menonjolkan keunikan nilai syariah dan layanan kreatif.

2.4 Integrasi Prinsip Syariah dalam Strategi Bisnis

Dalam merumuskan strategi, bank syariah harus mengintegrasikan nilai-nilai keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial sebagai fondasi operasional. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat kepercayaan nasabah tetapi juga mendukung pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan.

2.4.1 Mekanisme Bagi Hasil

Model bagi hasil (profit and loss sharing) memastikan distribusi keuntungan dan risiko yang adil antara bank dan nasabah. Dengan memfokuskan pada pembiayaan bagi hasil, bank dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas nasabah.

2.4.2 Kebijakan Anti Gharar dan Anti Maysir

Penerapan prinsip anti-spekulasi dan pelarangan spekulasi berlebih menuntut bank menyusun kontrak dan produk yang transparan serta mudah dipahami, sehingga meminimalkan ketidakpastian dan risiko bagi nasabah.

2.4.3 Tanggung Jawab Sosial dan Ekonomi Umat

Sebagai institusi berbasis nilai, bank syariah memprioritaskan program zakat, wakaf, dan pembiayaan sosial yang mendukung kesejahteraan masyarakat. Strategi ini tidak hanya memenuhi kewajiban etis tetapi juga memperluas dampak sosial positif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mencakup metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Penelitian data lapangan (field research) dan penelitian pustaka (Library research), yang didukung oleh wawancara atau observasi sebagai teknik utama pengumpulan data. Metode wawancara dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai prinsip-prinsip syariah dalam konteks bisnis melalui perspektif langsung dari narasumber yang berkompeten. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, pandangan, serta praktik yang relevan, sehingga dapat mengidentifikasi keterkaitan antara prinsip syariah dan implementasinya dalam dunia bisnis.

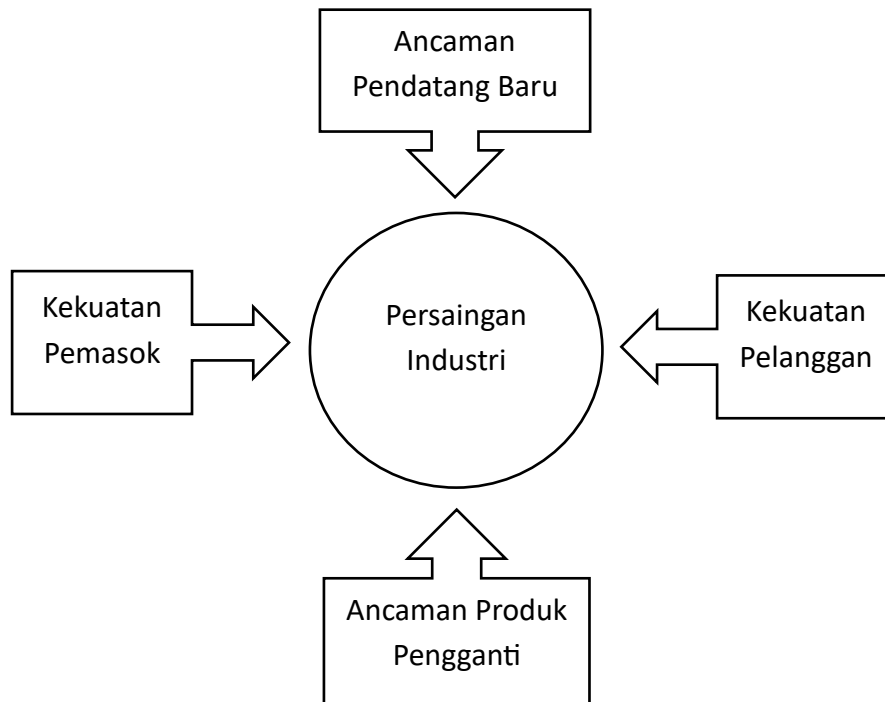
Selain itu, Ningsih dalam penelitiannya menerapkan pendekatan normatif untuk mengkaji prinsip-prinsip produksi dalam Islam serta perilaku menyimpang dalam praktik bisnis yang tidak sesuai syariah (Ningsih, 2021). Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menghubungkan nilai-nilai syariah dengan praktik bisnis yang berlangsung di lapangan, sekaligus mengenali berbagai hambatan yang muncul dalam proses penerapannya.

Metodologi penelitian terkait prinsip syariah dalam lembaga keuangan dapat disesuaikan dengan tujuan studi. Kombinasi metode pustaka, kualitatif, dan studi kasus membantu peneliti memahami penerapan prinsip syariah secara menyeluruh dalam praktik lembaga keuangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Porter adalah suatu metode yang digunakan untuk memahami tingkat persaingan dalam suatu industri. Pendekatan ini melihat lima kekuatan utama yang memengaruhi persaingan. Tiga di antaranya berkaitan dengan persaingan secara horizontal, yaitu ancaman dari produk pengganti, persaingan antar pelaku usaha yang sudah ada, dan potensi masuknya pesaing baru. Sementara dua kekuatan lainnya bersifat vertikal, yakni kekuatan tawar-menawar dari pemasok serta kekuatan tawar dari konsumen.

Lima Kekuatan Porter yang diperkenalkan oleh Porter pada tahun 1980 adalah cara untuk melihat dan memahami seberapa kuat persaingan dalam sebuah industri. Metode ini membantu perusahaan mengenali kekuatan dan kelemahan yang ada di industrinya. Analisis ini bisa digunakan di berbagai bidang ekonomi untuk mengetahui tingkat persaingan dan membantu meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang (Miran & Rivai, 2024).



Gambar 1. Lima Kekuatan Porter

Menurut konsep Lima Kekuatan Porter, ada lima faktor utama yang memengaruhi tingkat persaingan dan seberapa menarik suatu pasar dalam sebuah industri. Dengan menggunakan analisis ini, kita bisa mengetahui seberapa kuat posisi persaingan bisnis saat ini maupun yang sedang direncanakan di masa depan.

Analisis penerapan model *Porter Five Forces* pada bisnis syariah memberikan pemahaman yang komprehensif tentang persaingan di industri ini, khususnya dalam konteks Bank Syariah Indonesia (BSI). Model yang dikembangkan oleh Michael Porter ini menilai lima kekuatan utama yang memengaruhi daya saing, yaitu ancaman pendatang baru, kekuatan tawar pembeli, kekuatan tawar pemasok, ancaman produk pengganti, serta rivalitas antar pesaing (Malini & Putri, 2020). Dalam skala bisnis syariah yang semakin berkembang, terutama di BSI sebagai pelaku utama, penerapan model ini sangat relevan mengingat pesatnya pertumbuhan perbankan syariah serta meningkatnya minat masyarakat terhadap produk yang sesuai prinsip syariah (Jung & Jeong, 2021). Dengan demikian, analisis ini membantu BSI memahami posisi strategisnya dan mengelola persaingan secara lebih efektif. Berikut pembahasan mengenai Porter's Five Forces BSI Karang Kobar:

1. Ancaman Pendatang Baru

Bank Syariah Karang Kobar menyadari potensi persaingan dari pendatang baru di industri keuangan syariah, namun melihat hal tersebut sebagai peluang untuk berkembang. Pendatang baru biasanya membawa kemampuan dan pendekatan baru untuk

meraih keuntungan, termasuk dari pasar saham dan sumber daya yang ada, sehingga kehadiran mereka dapat menjadi ancaman bagi pelaku industri yang sudah mapan. Untuk menghadapi tantangan ini, Bank Syariah Karang Kobar didorong untuk terus berinovasi, meningkatkan kualitas layanan, serta menjaga kepuasan nasabah. Upaya penguatan posisi dilakukan melalui pengembangan produk berbasis syariah, pemanfaatan pemasaran digital, dan peningkatan hubungan dengan mitra strategis. Selain itu, pelayanan yang cepat dan responsif serta penggunaan testimoni nasabah sebagai alat promosi turut menjadi strategi untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan loyalitas di tengah persaingan yang ketat (Siregar, 2020; Camilleri & Filieri, 2023). Namun demikian, berdasarkan hasil penelitian yang kami lakukan, Bank Syariah Karang Kobar masih menghadapi tantangan internal, terutama dalam aspek pemasaran yang dinilai masih rendah. Selain itu, sumber daya manusia yang tersedia masih banyak yang belum memahami sistem perbankan syariah secara menyeluruh, sehingga perlu dilakukan pelatihan dan pengembangan kompetensi untuk menunjang daya saing bank di masa mendatang.

2. Kekuatan Pelanggan

Pelanggan atau nasabah memiliki peran yang sangat penting dalam perusahaan jasa perbankan, termasuk di Bank Syariah Karang Kobar. Tanpa kehadiran nasabah yang menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan, eksistensi perusahaan tidak akan memiliki arti. Oleh karena itu, nasabah menjadi pusat perhatian utama dalam menjalankan bisnis perbankan. Manajemen hubungan pelanggan dalam hal ini perlu didukung oleh konsep 4R, yaitu mempertahankan pelanggan, menjalin hubungan baik, mendorong rekomendasi, serta memperbaiki hubungan jika terjadi masalah (Maharani, P.A.R., 2017).

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan terhadap produk dan perilaku karyawan terbukti berpengaruh terhadap loyalitas dan kekuatan pelanggan. Di Bank Syariah Karang Kobar, pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, terutama pada produk-produk andalan seperti Kredit Pemilikan Rumah (KPR), cicil emas, dan pembiayaan mikro. Tingginya kepuasan ini menjadi modal penting bagi bank untuk mempertahankan dan memperluas basis nasabah di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

Namun, Bank Syariah Karang Kobar juga menghadapi tantangan internal yang perlu segera diatasi agar dapat memaksimalkan potensi yang ada. Salah satunya adalah masih rendahnya efektivitas pemasaran dan keterbatasan pemahaman sumber daya manusia terhadap sistem perbankan syariah secara menyeluruh. Untuk itu, penguatan

kapasitas SDM melalui pelatihan rutin, peningkatan literasi produk syariah, serta pemanfaatan media digital untuk promosi perlu menjadi prioritas.

3. Kekuatan Pemasok

Perusahaan pembiayaan konsumen bekerja sama dengan pemasok untuk menyediakan barang atau jasa yang akan dibiayai. Karena tidak memiliki produk fisik sendiri, perusahaan ini berperan sebagai penyedia pembiayaan, yaitu dengan memberikan pinjaman kepada konsumen untuk melakukan pembelian, kemudian konsumen membayar dalam bentuk cicilan. Dalam skema ini, perusahaan pembiayaan bertanggung jawab melakukan pembayaran langsung kepada pemasok atas barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen (Miran & Rivai, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara di BSI Karang Kobar, ditemukan bahwa terdapat peluang yang besar untuk para pemasok dalam menjalin kemitraan dengan lembaga keuangan syariah. Potensi ini terutama didorong oleh besarnya jumlah nasabah muslim yang membutuhkan layanan keuangan sesuai prinsip syariah. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai syariah dalam transaksi keuangan, para pemasok yang bekerja sama dengan perusahaan pembiayaan berbasis syariah dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta memperoleh kepastian pembayaran melalui sistem pembiayaan tersebut.

4. Ancaman Produk Pengganti

Dalam konteks bisnis syariah, potensi ancaman dari produk pengganti tidak dapat diabaikan, khususnya ketika produk non-syariah menawarkan harga yang lebih murah atau fitur yang lebih menarik. Meskipun sebagian besar konsumen syariah menunjukkan kepedulian terhadap aspek etika dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, mereka tetap dapat berpindah ke produk alternatif apabila manfaat yang ditawarkan dirasakan lebih besar (Effendi, 2023).

Namun, berdasarkan hasil penelitian di BSI Karang Kobar, saat ini belum ditemukan adanya produk pengganti langsung yang menjadi ancaman bagi layanan yang ditawarkan. Kendati demikian, terdapat dinamika signifikan berupa transformasi digital, yaitu peralihan dari penggunaan aplikasi BSI Mobile ke platform baru Byond By BSI. Platform ini menawarkan layanan digital banking yang lebih lengkap, modern, dan sesuai dengan tren kebutuhan nasabah saat ini. Proses rebranding dan sosialisasi terhadap penggunaan Byond By BSI telah mencapai sekitar 50%, mencerminkan komitmen BSI untuk memperkuat posisinya di era digital sekaligus menjaga daya saing di tengah perkembangan teknologi dan potensi ancaman dari alternatif non-syariah.

5. Persaingan Industri

Dalam model bisnis ini, persaingan antar perusahaan sejenis menjadi faktor utama yang mempengaruhi kompetisi. Ketatnya persaingan muncul ketika banyak perusahaan saling berebut pangsa pasar yang sama, sehingga berbagai strategi harus diterapkan untuk memperkuat posisi bisnis. Beberapa strategi yang umum digunakan antara lain penetapan harga yang kompetitif, promosi yang menarik, serta peningkatan kualitas layanan dan jaminan kepuasan pelanggan (Hintoro, S & Wijaya, A.F).

Dalam konteks ini, BSI Karang Kobar memanfaatkan media sosial sebagai salah satu saluran promosi utama, dengan menggencarkan sosialisasi produk melalui platform Byond By BSI yang menawarkan berbagai layanan digital banking. Namun, meskipun upaya sosialisasi sudah dilakukan, BSI Karang Kobar mengakui bahwa mereka masih menghadapi beberapa tantangan, seperti terbatasnya skala ekonomi dibandingkan dengan bank konvensional. Modal yang lebih kecil dan daya saing jaringan yang lebih lemah menjadi kendala, karena masyarakat belum sepenuhnya memahami sistem perbankan syariah. Selain itu, rendahnya literasi keuangan di kalangan masyarakat juga turut memengaruhi pemahaman mereka tentang perbedaan dan manfaat layanan bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional.

5. Strategi Keunggulan Kompetitif

Strategi keunggulan kompetitif dalam bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam memegang peranan penting untuk dikaji. Dalam konteks bisnis syariah, pencapaian keunggulan tidak semata-mata ditentukan oleh faktor keuntungan ekonomi, melainkan juga melibatkan penerapan prinsip-prinsip etika, kelestarian usaha, serta kepedulian sosial. Karena itu, mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam perencanaan bisnis menjadi langkah strategis yang dapat memperkuat posisi perusahaan secara berkelanjutan (Fachrurazi, 2023).

a. Integrasi Nilai Syariah Dalam Strategi Bisnis

BSI Karang Kobar merupakan contoh nyata bagaimana nilai-nilai syariah seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial dapat diintegrasikan secara efektif dalam strategi bisnis untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam seluruh aspek operasionalnya, termasuk pengelolaan sumber daya manusia yang berbasis kompetensi dan etika, BSI Karang Kobar berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas tinggi dari nasabah. Hal ini sejalan dengan temuan Ariwibowo et al. (2022) yang menunjukkan bahwa perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai syariah cenderung mendapatkan dukungan masyarakat yang lebih kuat. Lebih dari

sekadar memenuhi kebutuhan pasar, BSI Karang Kobar juga aktif berkontribusi pada kesejahteraan sosial di sekitarnya, menjadikannya sebagai institusi keuangan syariah yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat.

b. Inovasi dan Adaptasi dalam Bisnis Syariah

Inovasi menjadi kunci utama dalam memperkuat keunggulan kompetitif BSI Karang Kobar di tengah perkembangan bisnis syariah yang dinamis. Menyadari pentingnya adaptasi terhadap era digital, BSI Karang Kobar melakukan transformasi signifikan melalui inovasi layanan digital yang diwujudkan dalam platform BYOND. Transformasi ini merupakan langkah strategis untuk menjawab perubahan perilaku nasabah dan kebutuhan akan layanan perbankan yang lebih cepat, mudah, dan sesuai prinsip syariah. Sejalan dengan temuan Arifanto (2023), pemanfaatan teknologi informasi yang tepat terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing perusahaan. Melalui BYOND, BSI Karang Kobar juga memanfaatkan data dan analitik untuk lebih memahami kebutuhan nasabah serta menghadirkan produk-produk syariah yang relevan dan berkelanjutan (Sahputra, 2024). Inovasi ini menegaskan komitmen BSI Karang Kobar dalam menjadi bank syariah yang adaptif, modern, dan tetap berlandaskan nilai-nilai Islam.

c. Manajemen Rantai Pemasok

BSI Karang Kobar menunjukkan komitmennya terhadap manajemen rantai pemasok yang efektif dengan membangun kolaborasi erat bersama para nasabahnya yang mayoritas beragama Islam. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat efisiensi operasional, tetapi juga memastikan bahwa seluruh mitra dan pemasok yang terlibat selaras dengan nilai-nilai syariah yang dianut. Dengan menjadikan nasabah sebagai mitra dalam penyediaan produk dan layanan berbasis syariah, BSI Karang Kobar menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif, berkelanjutan, dan penuh kepercayaan. Sejalan dengan temuan Hetami (2023) dan Permana et al. (2021), kolaborasi yang dilandasi nilai dan tujuan yang sama terbukti meningkatkan daya tahan perusahaan dalam menghadapi persaingan serta memperkuat kinerja secara keseluruhan. Hal ini menjadi bukti bahwa BSI Karang Kobar tidak hanya berperan sebagai institusi keuangan, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi syariah yang berakar kuat di masyarakat.

d. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial

BSI Karang Kobar menempatkan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial sebagai bagian inti dari strategi bisnisnya. Komitmen ini tercermin dalam berbagai program yang tidak hanya berfokus pada pertumbuhan usaha, tetapi juga pada

peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan sekitar. Dengan menjalankan prinsip-prinsip syariah, BSI Karang Kobar berhasil membangun citra sebagai lembaga keuangan yang peduli dan bertanggung jawab secara sosial, sehingga mampu meraih kepercayaan lebih dari masyarakat. Langkah-langkah strategis yang mengintegrasikan nilai-nilai etika, inovasi, diferensiasi layanan, kolaborasi dengan mitra yang sejalan secara syariah, serta tanggung jawab sosial, menjadikan BSI Karang Kobar sebagai contoh nyata perusahaan syariah yang unggul dan berkelanjutan. Hal ini mendukung pernyataan Fauzi (2022) bahwa penerapan prinsip syariah dalam bisnis tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi positif terhadap pembangunan sosial dan ekonomi umat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

BSI Karang Kobar menunjukkan potensi strategis dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui penerapan nilai-nilai syariah seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Nilai-nilai ini menjadi fondasi dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah, khususnya melalui produk unggulan seperti KPR, cicil emas, dan pembiayaan mikro. Inovasi layanan dan adaptasi terhadap perkembangan pasar, termasuk transformasi digital melalui platform Byond By BSI, menjadi bukti kesiapan BSI Karang Kobar dalam merespons tantangan industri.

Hasil analisis Porter's Five Forces menunjukkan bahwa BSI Karang Kobar perlu memperkuat strategi menghadapi ancaman pendatang baru dan potensi produk pengganti, serta meningkatkan daya tawar terhadap pelanggan dan pemasok. Penguatan kolaborasi dengan mitra strategis dan komitmen terhadap prinsip keberlanjutan memperkuat posisi kompetitif BSI Karang Kobar di tengah persaingan yang kian kompleks. Dengan strategi yang terintegrasi antara nilai syariah dan analisis industri yang tajam, BSI Karang Kobar memiliki peluang besar untuk terus tumbuh dan bersaing secara unggul di pasar keuangan syariah.

2. Saran

BSI Karang Kobar disarankan untuk terus memperkuat hubungan kemitraan strategis dengan pemasok dan mitra bisnis yang memiliki keselarasan nilai syariah, guna menjamin keberlanjutan dan kualitas produk serta layanan yang ditawarkan. Mengimplementasikan praktik bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab sosial juga menjadi langkah penting dalam meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat yang semakin sadar akan isu etika

dan lingkungan. Untuk memperkuat posisi kompetitifnya, BSI Karang Kobar perlu mengembangkan strategi inovatif yang adaptif terhadap perubahan pasar, sekaligus memperkuat sistem pelayanan dan edukasi kepada nasabah berbasis nilai syariah.

Di sisi akademik, penelitian lanjutan dianjurkan untuk mengeksplorasi secara lebih luas pengaruh penerapan nilai-nilai syariah terhadap kinerja bisnis di berbagai sektor industri, sehingga dapat memperkaya pemahaman praktis dan teoretis dalam pengembangan ekonomi syariah. Dengan menerapkan saran-saran ini, BSI Karang Kobar berpeluang menjadi pelopor dalam membangun sistem perbankan syariah yang kompetitif, berintegritas, dan berdampak positif bagi pembangunan ekonomi nasional.

DAFTAR REFERENSI

- Arifanto, B. (2023). Membangun Strategi Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Konstruksi Studi Kasus: PT Nindya Karya (Persero). *Journal of Economics and Business Ubs*, 2(6), 3488– 3499. <https://doi.org/10.52644/joeb.v2i6.688>.
- Ariwibowo, P., Syahiddin, M., & Insana, D. R. M. (2022). Korelasi Blueprint Sumber Daya Perusahaan Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Manifestasi Umkm Dengan Intervensi Strategi Bisnis. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 31– 48. <https://doi.org/10.26740/jepk.v10n1.p31-48>.
- Cahyono, B., & Hakim, A. (2020). Green Intellectual Capital and Competitive Advantage: The Moderating Effect of Islamic Business Ethics. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200410.013>.
- Dewanti, I. S. (2022). Kemampuan Absorptif Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif. *Paradigma Jurnal Masalah Sosial Politik Dan Kebijakan*, 26(1), 22. <https://doi.org/10.31315/paradigma.v26i1.6610>.
- Effendi, M. (2023). Enhancing Adaro's Transformation Strategy for Business Diversification : The Aluminium Smelter Project. *Management And Research*, 8(5), 37-47. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.5.2127>.
- Fachrurazi. (2023). Revolusi Bisnis Di Era Digital: Strategi Dan Dampak Transformasi Proses Teknologi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Organisasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 297–305. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.563>.

- Fauzi, A. (2022). Transformasi Gojek Untuk Keunggulan Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi (Literature Review Metodologi Riset Bisnis). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 705–716. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i3.97>.
- Gerard, H., & Bruijl, T. (2019). The relevance of Porter's five forces in today's innovative and changing business environment. SSRN.)
- Hetami, A. A. (2023). Peran Manajemen Rantai Pasokan Pada Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Operasional Ukm Dalam Era Digital Dan Pasca Pandemi. *Jurnal Sosial-Politika*, 4(1), 53–61. <https://doi.org/10.54144/jsp.v4i1.65>.
- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). Analisis strategi bersaing pada biznet branch Salatiga menggunakan porter's five forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 732.
- Jung, S. H., & Jeong, Y. J. (2021). A Quantitative Perspective of Porter's Industry Forces Framework for Investment Analysis. *Managerial and Decision Economics*, 43(1), 48–64. <https://doi.org/10.1002/mde.3358>.
- Lumbanraja, P., Dalimunthe, R. F., & Hasibuan, B. K. (2019). Application of Porter's Five Forces to Improve Competitiveness: Case of Featured SMEs in Medan. <https://doi.org/10.4108/eai.8-10-2018.2288733>
- Mahanani, P. A. R. (2017). Customer relations management sebagai salah satu upaya public relations perusahaan jasa perbankan menciptakan good image. *Jurnal ASPIKOM*, 1(6), 555.
- Malini, H., & Putri, A. N. (2020). Competitiveness and Market Concentration of Islamic Banking Industry: A Comparison Study Between Indonesia and Malaysia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 175–190. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i3.175-190>.
- Miran, I., Prihastuti, A. H., & Rivai, Y. (2024). Mitigasi kekuatan daya tawar pemasok pada perusahaan consumer finance : suatu studi pustaka. *Lucrum : Jurnal Bisnis Terapan*, 4(2), 144-150.
- Naibaho, S. B., Hamdi, E., Indradewa, R., & Munandar, A. (2024). Analisis Keunggulan Bersaing Berdasarkan Metode Five Force Porter Pada Lembaga Pelatihan Dan Pembinaan Umkm Berbasis Digital. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4).
- Permana, E., Purnomo, M., Santoso, R., & Syamsurizal, S. (2021). Pengaruh Agilitas Strategis Terhadap Sustainability Competitive Advantage Melalui Aksi Kompetitif Bisnis Sicepat Express. *Adbispreneur*, 6(1), 79. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i1.32584>.

- Sahputra, E. S. A. (2024). Penerapan Big Data Dan Analytics Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Cakrawala Repositori Imwi*, 7(1), 3160–3167. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v7i1.634>.
- Siregar, A. P. H. (2020). Analisis strategi bersaing toko roti X berdasarkan IE-matriks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 345-346.
- Wafaretta, V., Achadiyah, B. N., & Firdaus, M. I. (2023). Porter's and CSR Strategies by Islamic Cooperatives. 18–27. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-064-0_4