

## Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia = Analysis of factors that influence product innovation of Islamic Banking in Indonesia

Henni Indriati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20291838&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia sangat tinggi, mencapai lebih dari 30% per tahunnya. Namun market sharenya masih saja sangat kecil yaitu hanya sebesar 3,2 %. Oleh karena itu upaya untuk terus meningkatkan pertumbuhan bank syariah terus dilakukan. Salah satunya dengan mendorong bank syariah melakukan inovasi produk. Inovasi produk ini diharapkan akan menjadi salah satu strategi untuk terus meningkatkan pertumbuhan aset bank syariah yang pada akhirnya akan membantu memperbesar market share perbankan syariah di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Inovasi produk perbankan syariah di Indonesia, berdasarkan kerangka teoritis dan penelitian sebelumnya. Survei dilakukan terhadap 31 bank umum syariah dan unit usaha syariah di seluruh Indonesia dengan menggunakan kuesioner dan wawancara. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan metode analisis faktor dan Analisis Jalur dengan program AMOS versi 6.0.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi inovasi produk perbankan syariah di Indonesia adalah sumber daya manusia, budaya perusahaan, strategi perusahaan, struktur perusahaan dan faktor eksternal (fatwa DSN, regulasi BI, pertumbuhan pasar dan tingkat persaingan).

<hr>The growth of Islamic banking industry in Indonesia is very high, reaching more than 30% for each year. But its market share is still very small, that is only 3.2%. Therefore, the efforts to enhance the growth of Islamic banks must continue to be done. One way that can be done is by encouraging Islamic banks to innovate their products. Product innovation is expected as one of strategy to continually enhance the growth of Islamic banks assets that will ultimately help increase the market share of Islamic banking in Indonesia.

This study aims to analyze the factors that influence the product innovation of Islamic banking in Indonesia, based on the theoretical framework and previous researches. The survey was conducted to 31 Islamic banks and Islamic business units throughout Indonesia using questionnaires and interviews. The data obtained were processed using the method of factor analysis and path analysis with the program AMOS version 6.0.

The study concluded that the factors that can affect product innovation of Islamic banking in Indonesia is a human resources, corporate culture, corporate strategy, corporate structure and exter.