



Perbankan Syariah di Indonesia telah memiliki pertumbuhan yang sangat tinggi, Bank Indonesia dalam upaya mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah, pada tahun 2008 ini perbankan syariah telah ditargetkan untuk mencapai jumlah aset sebesar 5% dari total aset perbankan secara keseluruhan. Dan sampai dengan tahun 2015, diharapkan pangsa pasar perbankan syariah akan dapat terus meningkat hingga 15%. Penelitian ini melakukan analisis tingkat persaingan perbankan syariah di Indonesia dengan menggunakan pendekatan *Five Forces Porter*. Faktor-faktor pendorong pada industri ini adalah (1) Fondasi perekonomian Indonesia cukup kuat; (2) Indonesia sebagai penduduk muslim terbesar di dunia merupakan pasar yang paling potensial; (3) Disahkannya Undang-undang Perbankan Syariah; dan (4) Perilaku masyarakat muslim dalam memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informasi untuk bertransaksi perbankan. Faktor penghambatnya adalah perekonomian Indonesia cukup rentan terhadap gejolak perekonomian dunia seperti terjadinya krisis keuangan Amerika dan gejolak harga minyak. Prediksi trend pertumbuhan lima tahun mendatang (2009-2014) berpengaruh positif terhadap perbankan syariah Indonesia, karena: (1) Disahkannya Undang-Undang Perbankan Syariah Indonesia; (2) Mekuatnya fondasi perekonomian Indonesia; (3) Meningkatnya kesadaran umat muslim untuk menggunakan produk dan jasa yang sesuai dengan syariat Islam; dan (4) Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia sejalan dengan perkembangan teknologi global. Sehingga industri perbankan syariah di Indonesia memiliki daya tarik yang sangat tinggi. Tingkat persaingan industri perbankan syariah pada lima tahun mendatang akan terus meningkat. Karakteristik industri ini adalah: (1) Harus memenuhi dua aturan kebijakan, yaitu kebijakan pemerintah yang secara konvensional dan kebijakan ketentuan syariah Islam yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI); (2) Memiliki usia muda dibandingkan perbankan konvensional, namun memiliki tingkat pertumbuhan yang relatif tinggi; (3) Nasabah bank syariah merupakan kaum syariah loyalis yang meyakini hukum bunga bank adalah riba dan haram; dan (4) produk perbankan syariah yang dikembangkan memiliki nama yang berkarakteristik yang memiliki fungsi sama dengan perbankan konvensional namun berbeda secara prinsip syariahnya. Faktor-faktor kunci sukses bersaing pada industri perbankan syariah Indonesia adalah: (1) Sumber daya manusia (SDM) yang memiliki ketrampilan dalam pengelolaan operasional dan berpengalaman perbankan syariah yang berakhlak dan integritas yang tinggi; (2) Kemampuan bank dalam menyediakan produk dan jasa bank sesuai kebutuhan masyarakat; dan (3) Pengembangan teknologi perbankan. Alternatif strategi bersaing yang efektif bagi perusahaan yang ingin sukses dalam industri perbankan syariah Indonesia, adalah (1) Strategi Fokus pada salah satu segemen nasabah, seperti retail atau konsumen, UKM dan komersial; dan korporat atau konglomerasi; (2) Strategi diferensiasi pelayanan yang berbeda sesuai dengan karakteristik nasabahnya; dan (3) Strategi kepemimpinan biaya yang dapat menekan biaya operasional melalui dukungan teknologi informasi dan telekomunikasi.

Kata Kunci: Perbankan Syariah, Five Forces Porter, Strategi Bersaing



ABSTRACT

Islamic Banking (Sharia Banking) has been growing vastly. In order to impel the growth of Islamic Banking, Bank of Indonesia in 2008 set a target that the assets of Islamic Banking would be 5% out of total banking assets, and in 2015, the market share of Islamic Banking was expected to increase up to 15%. This research was aimed to analyze the level of competition in Islamic Banking in Indonesia by implementing Five Forces Porter approach. Factors that drove this industry were: (1) the foundation of Indonesian economy was quite strong; (2) Indonesia was the world's largest moslem population and it was a potential market; (3) the ratification of Islamic Banking Regulation (UU Perbankan Syariah); and (4) the behavior of muslim society in using communication technology and information as tools of banking transactions. The hinder factors was the susceptibility of Indonesian economy toward global economy fluctuations such as United States financial crisis and oil price. The prediction of growth in the next five years (2009-2014) had significant influence toward Islamic Banking in Indonesia, since: (1) the ratification of Islamic Banking Regulation; (2) the strength of fundamentals of Indonesian economy; (3) the increase of awareness of moslem society in using products and services based on Islamic law; and (4) the development of information technology and information comply with global technology development so that Islamic Banking in Indonesia had strong attraction. The degree of competition within Islamic Banking in the next five years will be keep increasing. The characteristics of this industry were: (1) Islamic Banking must comply with two regulations: conventional banking regulations and sharia regulations; (2) Islamic Banking was relatively new compared to conventional banking, yet it had high growth rate; (3) Islamic Banking customers believed that bank interest was riba and considered as haram; and (4) Islamic Banking products shared the same functions with conventional banking products yet differ in sharia principles.

The key competition success factors in Islamic Banking were: (1) human resources who had skills in managing operations, knowledge in sharia banking, and high integrity and good morals; (2) the ability of bank in providing products and services comply with customers needs; and (3) the development of banking technology. The alternative of effective competitive strategy for companies want to outperform in Islamic Banking industry were: (1) focus strategy on certain customer segment, such as retail or consumer, SME and commercial; and corporate or conglomeration; (2) differentiation strategy in services must be differ comply with customers characteristics; and (3) cost leadership strategy which decreases operational costs through the supports of information technology and telecommunication.

Key Word : Islamic Banking (Sharia Banking), Five Forces Porter, Competitive Strategy.