

Implementasi manajemen strategi dalam meningkatkan kinerja perbankan syariah

Mimma Alif Aulya

Program studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

e-mail: auliamima50@gmail.com

Kata Kunci:

Implementasi; Manajemen Strategi; Kinerja; Perbankan Syariah

Keywords:

Implementation; Strategic Management; Performance; Islamic Banking

ABSTRAK

Dalam menjalankan aktivitas internal dalam perbankan perlu adanya pengaturan dalam meningkatkan kinerja organisasi yang efektif serta efisien. Salah satunya yaitu dengan mengimplementasikan manajemen strategi untuk mencapai tujuan perbankan itu sendiri yaitu dengan melakukan peningkatan kinerja organisasi yang efektif dan juga efisien. Perkembangan dalam perekonomian global saat ini mengakibatkan persaingan antar perbankan dalam menguasai serta mempertahankan pasar dalam perekonomian global tersebut.

Perbankan satu dengan perbankan yang lain saling berkompetisi dalam persaingan usahanya. Dengan terjadinya peningkatan jumlah nasabah serta pertumbuhan perekonomian, Hal tersebut membuat perbankan syariah bersaing dalam hal peningkatan kinerja dengan perbankan syariah yang lain guna menjadi yang utama dalam memberikan kepercayaan serta kepuasan terhadap nasabah. Manajemen strategi diperlukan untuk menentukan startegi apa yang sesuai dengan langkah-langkah yang akan diambil. Oleh karena itu, manajemen startegi diperlukan agar dalam setiap kebijakan yang ditetapkan tidak terjadi kesalahan. Karena setiap kesalahan pada pengambilan kebijakan maka akan berdampak negatif bagi perbankan tersebut, baik kerugian dalam bentuk pendapatan yang berkurang, atau kehilangan nasabah. Untuk meningkatkan kinerja perbankan syariah perlu dilakukan analisa SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan apa saja yang ada pada internal perbankan, serta peluang dan ancaman apa yang akan terjadi pada eksternal perbankan itu sendiri.

ABSTRACT

In carrying out internal activities in banking, there needs to be regulation in improving effective and efficient organizational performance. One of them is by implementing strategic management to achieve the banking goals themselves, namely improving effective and efficient organizational performance. Developments in the current global economy have resulted in competition between banks in controlling and maintaining the market in the global economy. Banks compete with each other in their business competition. With the increase in the number of customers and economic growth, this makes Islamic banking compete with other Islamic banks in order to become the main one in providing trust and satisfaction to customers. Strategic management is needed to determine what strategy is in accordance with the steps to be taken. Therefore, strategic management is needed so that in every policy that is set there are no mistakes. Because every mistake in policy making will have a negative impact on the bank, either losses in the form of reduced income, or loss of customers. To improve the performance of Islamic banking, a SWOT analysis needs to be carried out to determine what strengths and weaknesses exist in the internal banking, as well as what opportunities and threats will occur externally in the banking.

Pendahuluan

Sebuah usaha yang sedang dijalankan oleh suatu organisasi memerlukan berbagai perencanaan kegiatan agar dapat beroperasi dengan mudah tanpa hambatan apapun serta memiliki tujuan yang akan dicapai. Perencanaan dan persiapan yang dimaksud adalah manajemen strategi. Oleh karena itu, satu tujuan yaitu mencapai kesuksesan dalam menjalankan suatu usaha serta berbagai cara yang dibutuhkan untuk mencapai



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

tujuan tersebut. Oleh karena itu, dalam mencapai keberhasilan sebuah tujuan sangat diperlukan pemahaman dalam mengimplementasikan manajemen strategi.

Manajemen strategi sangatlah penting bagi sebuah Perbankan maupun organisasi karena melibatkan perencanaan, implementasi, evaluasi, dan pengambilan keputuan dalam suatu usaha untuk mencapai suatu tujuan. Manajemen strategi ini memiliki peranan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi karena berfungsi sebagai dasar pengambilan sebuah keputusan perusahaan yang sesuai dengan visi dan misi yang telah ditentukan. Dengan adanya manajemen strategi, perusahaan memiliki tujuan yang jelas untuk mengontrol serta menilai implementasi dalam manajemen strategi serta keberhasilan dalam pelaksanaannya.

Peran perbankan syariah sangatlah dibutuhkan untuk mendukung transformasi dalam perekonomian untuk menghasilkan sebuah kegiatan ekonomi yang produktif dan bermanfaat. Semakin produktif kegiatan yang dilakukan oleh perbankan, maka akan semakin baik pula pertumbuhan dalam perekonomian. Perkembangan perbankan syariah semakin menunjukkan sisi positifnya karena menunjukkan seberapa banyak nasabah yang dilayani. Perbankan sebagai satu-satunya lembaga keuangan yang sangat berperan penting dalam mengelola dana masyarakat dalam bentuk deposito, tabungan, dan giro untuk menyalurkan dananya kepada masyarakat untuk kebutuhan dalam hidup masyarakat itu sendiri. Begitu pula dengan perbankan syariah yang melaksanakan transaksi berdasarkan prinsip syariah yang sesuai dalam fatwa, seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, prinsip keseluruhan, serta prinsip amal. Oleh karena itu, semua bentuk kedzaliman seperti riba dan gharar dilarang dalam transaksi perbankan syariah (Rahmah & Batubara, 2023).

Peran perbankan syariah sebagai lembaga keuangan sama seperti peran bank konvensional, yaitu sebagai penghubung dalam sistem keuangannya. Sebuah langkah yang dilakukan secara strategis oleh perbankan syariah di Indonesia yaitu untuk meningkatkan kinerja perbankan itu sendiri dalam perekonomian global, salah satunya ialah dengan cara meningkatkan kinerja perbankan syariah di negara Indonesia terlebih dahulu. Proses peningkatan kinerja perbankan syariah tersebut dapat berdampak secara signifikan terhadap cara bagaimana perbankan dalam menjaga kepercayaan nasabah untuk tetap menggunakan jasa perbankan itu sendiri. Kemampuan yang dimiliki perbankan syariah dalam mengelola dananya merupakan prinsip paling utama yang harus dikembangkan oleh perbankan syariah dalam meningkatkan kinerja keuangan pada perbankan syariah. Peran perbankan syariah dalam menjalankan setiap aktivitas operasionalnya berdasarkan dengan kaidah Al-Qur'an dan Hadist, oleh sebab itu perbankan syariah harus memberikan dana dari hasil pembiayaannya kepada pihak yang membutuhkan dana, proses pemberian dana dari hasil pembiayaan tersebut disebut dengan proses bagi hasil (Elly Ana & Zunaidi, 2022).

Pembahasan

Upaya untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam melayani nasabah menjadi prioritas utama bagi perbankan, terutama melalui penerapan strategi yang efektif dan terukur. Dalam mencapai tujuan ini, bank dituntut untuk berpikir secara matang dan

strategis dalam setiap aspek operasional dan pengambilan keputusannya. Hal ini mencakup pengembangan alasan yang kuat dan tepat untuk setiap strategi yang diimplementasikan, guna membentuk landasan yang kokoh dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan manajemen strategi. Dengan manajemen strategi yang diterapkan secara optimal, perbankan tidak hanya mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat daya saing serta memastikan pelayanan terbaik bagi nasabah. Implementasi strategi ini juga menjadi alat bantu bagi bank untuk mencapai visi dan misinya dengan jelas, memaksimalkan potensi sumber daya yang ada, dan beradaptasi dengan perubahan di lingkungan industri. Secara keseluruhan, penerapan manajemen strategi yang efektif akan memungkinkan perbankan untuk mencapai keberhasilan jangka panjang serta mewujudkan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan (Ayu Fratiwi et al., 2024).

Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen dapat diartikan sebagaimana seorang manajer mengatur, membimbing dan memimpin semua orang yang ada dalam sebuah organisasi perbankan agar usaha yang dijalankan dapat mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya. Istilah strategi ialah rencana yang kompleks dalam mengenal kegiatan untuk mencapai sasaran yang khusus dan tepat. Tujuan dari manajemen strategi sendiri ialah untuk meningkatkan kinerja dalam organisasi serta memaksimalkan keuntungan, dengan mempertimbangkan beberapa faktor baik faktor eksternal maupun faktor internal yang cukup berpengaruh dalam keberhasilan suatu usahanya. Manajemen strategi juga bisa disebut sebagai seni dalam ilmu penyusunan, ilmu penerapan, serta ilmu mengenai evaluasi dalam hasil pengambilan keputusan dalam lintas fungsi yang mengharuskan suatu organisasi maupun perusahaan perbankan mencapai sasaran yang tepat. Manajemen strategi merupakan sebuah proses untuk menetapkan tujuan sebuah organisasi, pengembangan dalam kebijakan yang ditetapkan serta melakukan perencanaan guna mencapai sasaran tersebut, serta mendistribusikan sumber daya yang ada untuk menerapkan kebijakan serta perencanaan atas pencapaian dari tujuan organisasi tersebut (Asnif Mashudi, 2024).

Setiap kegiatan usaha baik dalam perbankan maupun non perbankan memiliki beberapa strategi bisnis agar tetap mampu bersaing dan mencapai tujuan yang lebih baik serta dapat maju dalam bidang bisnis maupun kinerja organisasinya. Strategi bisnis merupakan suatu indikator ketahanan dan kemajuan suatu usaha. Strategi bisnis harus disesuaikan dengan porsi kebutuhan usahanya. Strategi merupakan sebuah langkah yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan baik secara keahlian Sumber Daya Manusia, teknologi, serta manajemen perbankan itu sendiri. Strategi yang tidak sesuai dengan visi dan misi akan berdampak tidak baik pada proses suatu usaha. Untuk mencapai tujuan jangka panjang, integrasi manajemen strategi dengan berbagai manajemen fungsional seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan operasional adalah esensial, karena setiap fungsi ini memainkan peran kunci dalam mewujudkan visi perusahaan secara menyeluruh. Dalam manajemen keuangan, integrasi dengan strategi memungkinkan alokasi sumber daya yang tepat, pemantauan biaya, dan perencanaan investasi yang selaras dengan sasaran strategis, sehingga perusahaan dapat beroperasi secara efisien tanpa mengorbankan keberlanjutan. Pada aspek pemasaran,

penyelarasan ini membantu perusahaan memahami pasar dan pelanggan dengan lebih baik, memposisikan produk atau layanan secara kompetitif, serta merancang kampanye yang tidak hanya memperkuat merek tetapi juga sejalan dengan tujuan strategis jangka panjang. Sementara itu, manajemen operasional memastikan bahwa proses internal berjalan secara optimal dan selaras dengan standar yang mendukung target strategis, mulai dari rantai pasokan hingga layanan pelanggan. Dengan menyelaraskan tujuan manajemen fungsional ini, perusahaan menciptakan sinergi yang kuat antara semua elemen organisasi, yang akhirnya memungkinkan tercapainya hasil yang maksimal, peningkatan produktivitas, dan pencapaian kinerja yang memuaskan bagi seluruh pemangku kepentingan (Aji et al., 2023).

Implementasi Manajemen Strategi

Implementasi manajemen strategi merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, serta pengawasan atas aktivitas yang dilakukan oleh sebuah organisasi maupun perbankan untuk mencapai tujuan dalam strateginya sesuai dengan apa yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini termasuk dalam pemahaman tentang visi dan misi, tujuan, serta rencana dalam strategi perbankan untuk mencapai tujuannya di masa yang akan datang. Selain itu, implementasi dalam manajemen strategi juga memperhatikan beberapa faktor yaitu faktor eksternal maupun faktor internal dalam perusahaan perbankan itu sendiri untuk meningkatkan kinerjanya.

Menurut Abdur & Azmi Omar (2012), Pengimplementasian manajemen strategi dalam perbankan syariah harus mencakup beberapa langkah, yaitu:

1. Menganalisis baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal pada perbankan syariah, serta mengidentifikasi peluang yang ada dan juga tantangan yang akan muncul di lingkungan pasar dan juga industri nantinya, serta mengidentifikasi kelebihan dan juga kekurangan dalam internal perbankan sendiri.
2. Menetukan tujuan dalam manajemen strategi pada perbankan syariah, yang sesuai dengan visi dan misi perbankan dan juga disesuaikan dengan kebutuhan pasar yang ada.
3. Mendukung perbankan syariah dalam mencapai tujuan dengan melakukan beberapa perencanaan dan melaksanakan program kegiatan yang telah diciptakan.
4. Melakukan evaluasi serta pengendalian, yang mencakup perencanaan perbaikan serta pengukuran kinerja yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan bank syariah tersebut.

Kesesuaian strategi perbankan syariah dengan prinsip-prinsip syariah adalah dasar penting dalam operasional perbankan syariah, memastikan bahwa setiap aktivitas keuangan dilakukan dengan memperhatikan nilai-nilai keadilan, keberlanjutan, serta kesejahteraan masyarakat. Strategi yang efektif harus menitikberatkan pada aspek keadilan, seperti penerapan sistem bagi hasil yang adil dan transparan, serta aspek keberlanjutan yang mencakup pembiayaan yang tidak hanya menguntungkan bank tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat. Dalam mencapai tujuan strategis, perbankan syariah juga perlu memberikan perhatian pada pelayanan yang mengutamakan kepentingan nasabah serta kontribusi kepada kesejahteraan

masyarakat luas. Implementasi manajemen strategi yang optimal tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kinerja, tetapi juga memperkuat kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap bank syariah. Namun, keberhasilan implementasi strategi ini membutuhkan dukungan penuh dari berbagai pihak. Pihak manajer harus memastikan arah strategi sejalan dengan prinsip syariah dan mengelola sumber daya dengan bijak. Karyawan atau tenaga kerja memegang peranan penting dalam menerapkan strategi melalui pelayanan yang sesuai dengan etika syariah, sementara partisipasi nasabah melalui loyalitas dan umpan balik mereka membantu bank memahami kebutuhan dan persepsi mereka. Kolaborasi dari seluruh pemangku kepentingan ini menciptakan sinergi yang diperlukan untuk menjadikan perbankan syariah kompetitif, sekaligus berkomitmen pada nilai-nilai syariah yang luhur (Aji et al., 2023).

Manajemen Strategi Perbankan Syariah

Perbankan syariah pada dasarnya merupakan sistem perbankan dimana dalam usaha yang dilakukannya didasarkan dengan prinsip-prinsip syariah yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist. Yang dimaksud sistem sesuai dengan prinsip syariah ialah melakukan kegiatan operasionalnya sesuai dengan sistem yang mengikuti ketentuan dalam syariat Islam, seperti tata cara dalam bermuamalah dengan menghindari kegiatan yang mengandung unsur gharar dan riba (Mujib, 2016). Pertumbuhan dalam sektor perbankan syariah dapat dilihat dari usaha yang dijalankan oleh bank syariah itu sendiri. Kinerja usaha tersebut adalah hasil dari proses dari manajemen strategi yang diciptakan oleh perbankan syariah tersebut. Implementasi manajemen strategi yang dipraktikkan untuk tujuan meningkatkan kinerja operasional perbankan syariah. Hal tersebut biasanya diukur dengan melihat laba serta profitabilitas dalam investasi. Kinerja usaha dalam perbankan syariah juga dapat diukur melalui dua aspek yaitu kinerja keuangan dan juga kinerja pasar.

Kinerja keuangan dapat diukur melalui struktur modal, biaya operasional, biaya pendapatan, profitabilitas, likuiditas, serta efisiensi dari pemanfaatan (Elly Ana & Zunaidi, 2022). Kinerja sebuah perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menetukan keberhasilan sebuah organisasi perbankan itu sendiri. Seiring dengan semakin meningkatnya persaingan dalam perekonomian yang terjadi di pasar global, perbankan harus mampu dalam meningkatkan kinerja yang baik dan tepat agar dapat terus mempertahankan posisi perbankan tersebut dalam perekonomian di pasar global (Aji et al., 2023). Berdasarkan analisis SWOT manajemen strategi sebagai peningkatan kinerja perbankan syariah di Indonesia yang merupakan sebuah faktor peluang serta kekuatan yang ada pada perbankan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kekuatan (*Strength*) Strength merupakan analisis yang dilakukan terhadap unsur kekuatan yang dimiliki oleh perbankan. Misalnya dengan menganalisa mengenai kelebihan apa saja yang dimiliki perbankan seperti dari sisi teknologi, kualitas dari produksi yang dihasilkan, lokasi yang strategis, serta beberapa unsur dalam kekuatan lainnya yang lebih menekankan pada keunggulan dari perbankan itu sendiri.

- b. Kelemahan (*weakness*) Selain dengan melihat unsur kekuatan dalam perbankan, Sangat penting juga untuk melihat unsur kelemahan apa yang dimiliki oleh perbankan. Bertujuan untuk mengetahui unsur kelemahan perbankan dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan dengan para pesaing seperti melihat hal apa yang dimiliki oleh perbankan lain akan tetapi tidak dimiliki oleh perusahaan kita. Jika ingin mengetahui lebih detail kelemahan apa saja yang dimiliki oleh perbankan, bisa dilakukan dengan cara testimoni dari nasabah yang umumnya lebih mengetahui hal apa saja yang menjadi kelemahan perbankan terebut.
- c. Peluang (*Opportunity*) Biasanya unsur peluang ini dibuat saat awal mula membangun sebuah usaha dalam perbankan. Hal ini terjadi karena sebuah usaha dibentuk atas dasar peluang maupun kesempatan yang ada untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Unsur peluang biasanya termasuk dengan hal apa saja yang memungkinkan sebuah usaha mampu bertahan dan diterima dengan baik oleh masyarakat, baik dalam waktu jangka pendek maupun jangka panjang.
- d. Ancaman (*Threat*) Analisis terhadap unsur-unsurancaman menjadi komponen penting dalam manajemen risiko perbankan, karena berpengaruh besar pada ketahanan dan keberlanjutan bank di masa mendatang. Unsur-unsurancaman dalam perbankan mencakup beberapa aspek, antara lain ketersediaan sumber daya yang terbatas, yang dapat berupa tenaga kerja, teknologi, atau modal, serta faktor persaingan yang semakin ketat di tengah globalisasi ekonomi yang pesat. Selain itu, perubahan minat dan preferensi nasabah, misalnya meningkatnya kebutuhan akan layanan digital atau pembiayaan syariah, turut menjadi tantangan bagi bank untuk terus relevan dan kompetitif.

Unsur-unsur ini bisa berkembang secara dinamis karenaancaman tertentu mungkin menjadi semakin mendesak dalam jangka pendek, sementara yang lain bisa menjadi signifikan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perbankan perlu melakukan pemantauan yang berkesinambungan terhadap potensiancaman ini, serta menerapkan strategi antisipatif, seperti diversifikasi produk, peningkatan inovasi teknologi, dan pengembangan sumber daya manusia. Dengan demikian, bank dapat beradaptasi lebih cepat dan menghadapi perubahan pasar secara efektif, yang pada akhirnya menjaga stabilitas dan daya saing mereka dalam menghadapi ketidakpastian di masa depan (Marpaung et al., 2022).

Tuntutan dalam dunia perbankan di era globalisasi ini memacu beberapa perbankan untuk lebih bersaing secara kompetitif. Salah satu cara dalam menghadapi persaingan ini, perbankan dituntut untuk meningkatkan kinerjanya serta meningkatkan kualitas dan kuantitas baik dalam hal pengembangan teknologi, kualitas produksi, serta pelayanan terhadap nasabah dan juga masyarakat, perbankan juga dituntut agar mampu melakukan keefektifan dan keefisienan dalam perusahaan tersebut agar tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya bisa tercapai dengan tepat (Mujib, 2016).

Evaluasi pada manajemen startegi sangatlah penting untuk memperbaiki beberapa kegiatan yang tidak sesuai dengan startegi yang telah dibuat sebelumnya. Melalui proses evaluasi, bank dapat menilai kinerja tim serta mengidentifikasi kelemahan dalam implementasi strategi yang berjalan. Proses ini melibatkan pengawasan berkelanjutan

sebagai tindak lanjut, sehingga hasil evaluasi yang diperoleh tidak hanya berfungsi sebagai penilaian kinerja, tetapi juga menjadi dasar untuk perbaikan dan penyempurnaan strategi di masa mendatang. Tolak ukur dalam evaluasi ini meliputi pencapaian sasaran, efektivitas kegiatan operasional, dan efisiensi penggunaan sumber daya. Dengan demikian, evaluasi strategis menjadi landasan penting dalam proses pengambilan keputusan, karena hasilnya memberikan insight yang mendalam untuk mengoptimalkan implementasi strategi, menyesuaikan tindakan dengan dinamika pasar, serta meningkatkan performa bank secara keseluruhan. (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021).

Kesimpulan dan Saran

Dalam mewujudkan sebuah sistem perbankan yang mampu dalam bersaing di era globalisasi ini, perbankan syariah harus menerapkan manajemen strategi dalam kegiatan operasionalnya dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja yang ada pada perbankan syariah itu sendiri. Hal paling utama yang harus dilakukan dalam membentuk manajemen strategi ialah dengan menentukan visi dan misi yang sesuai dengan proporsi perbankan tersebut. Oleh karena itu, memperhatikan faktor internal maupun faktor eksternal sangatlah penting dalam melakukan implementasi manajemen strategi pada perbankan syariah. Selanjutnya, melakukan analisis SWOT pada perbankan syariah serta membuat rumusan yang paling tepat berhubungan dengan perbankan, serta mengimplementasikan rumusan yang telah berhasil dibuat. Hal terakhir yang dapat dilakukan ialah melakukan evaluasi terkait manajemen strategi yang telah diimplementasikan dalam perbankan syariah tersebut, serta mengevaluasi peningkatan kinerja pada setiap kegiatan operasional perbankan syariah itu sendiri. Hasil dari evaluasi tersebut akan digunakan untuk memperbaiki serta meningkatkan strategi perbankan syariah di masa depan.

Sebagai saran dari penegola dari perusahaan perbankan syariah tersebut, sudah seharusnya mengimplementasikan manajemen strategi dalam mewujudkan visi dan misi perbankan. Sedangkan bagi nasabah maupun masyarakat, beberapa produk yang dimiliki oleh perbankan syariah baik dalam produk pembiayaan maupun multijasa yang telah disediakan oleh perbankan syariah dapat digunakan oleh konsumen sebagaimana mestinya. Tanpa adanya kepercayaan dari nasabah maupun masyarakat, maka perkembangan pada perbankan syariah tidak akan bisa mencapai keberhasilannya. Tentunya, hal tersebut membutuhkan dukungan dari beberapa pihak serta kerja sama antara nasabah, pemerintah, dan pemangku kebijakan yang berkaitan dengan perbankan syariah tersebut.

Daftar Pustaka

- Aji, G., Abdurrahman, U. K. H., Pekalongan, W., Septi, M., Triyulindra, Q., & Hayuningtyas, G. (2023). Kerangka Konseptual Untuk Manajemen Strategis Pada Bank Syariah Indonesia: Tinjauan Pustaka-Deskriptif. In *Bisnis dan Akuntansi* (Vol. 2, Issue 2). Jurnal Manajemen.

- Asnif Mashudi, F. (2024). Strategi manajemen perbankan syariah di Indonesia dalam meningkatkan market share melalui teknologi Informasi. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 2, Issue 5). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Ayu Fratiwi, S., Haliah, H., & Kusumawati, A. (2024). *Implementasi Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Sektor Publik*.
- Elly Ana, D., & Zunaidi, A. (2022). *Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Marpaung, M., Harahap, I., Afriansyah, U., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., & Islam Negeri Sumatra Utara, U. (2022). Analisis SWOT Pada Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2152–2158. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4675>
- Mujib, A. (2016). *MANAJEMEN STRATEGI PROMOSI PRODUK PEMBIAYAAN PERBANKAN SYARIAH*.
- Rahmah, H., & Batubara, C. (2023). *Analisis Strategi Manajemen Personalia Dalam Meningkatkan Kinerja Sumber Daya Manusia Pada Perbankan Syariah di Indonesia*.
- Sri Anugerah Natalina, & Arif Zunaidi. (2021). *MANAJEMEN STRATEGIK DALAM PERBANKAN SYARIAH*. *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 5(1), 86–117. <https://doi.org/10.30762/wadiyah.v5i1.3178>