

Analisis manajemen strategi terhadap pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia

Destiana Mahmudatul Fitriah

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.
e-mail: destianamf12@gmail.com

Kata Kunci:

Manajemen strategi, pertumbuhan bank syariah, kinerja keuangan, keuangan syariah, public relation

Keywords:

Strategic management, Islamic banking growth, financial performance, Islamic finance, public relations

ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki pengelolaan strategi yang berpengaruh pada perkembangan bank syariah di Indonesia, dengan menekankan penerapan prinsip syariah, adaptasi teknologi digital, serta manajemen risiko untuk meraih pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literatur dan analisis kasus pada Bank Syariah Indonesia (BSI), penelitian ini mengkaji bagaimana strategi pengelolaan meliputi inovasi produk (misalnya mudharabah dan murabahah), peningkatan pengetahuan tentang keuangan syariah, serta penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi operasional. Temuan menunjukkan bahwa pengelolaan strategi yang efektif mampu meningkatkan aset bank syariah hingga 7% dari pangsa pasar nasional, berkat dorongan regulasi OJK, kerjasama dengan UMKM, dan strategi

PR digital yang memperkuat citra lembaga serta kesetiaan nasabah. Tantangan seperti rendahnya literasi keuangan dan persaingan dari sektor konvensional diatasi melalui pengembangan sumber daya manusia dan evaluasi performa keuangan (ROA, CAR). Secara keseluruhan, manajemen strategi berbasis syariah menjadi elemen penting bagi pertumbuhan yang inklusif, dengan saran untuk mengintegrasikan AI demi mencapai visi menjadi 10 bank syariah teratas di dunia pada tahun 2030.

ABSTRACT

This study investigates strategic management that influences the development of Islamic banks in Indonesia, emphasizing the application of sharia principles, digital technology adaptation, and risk management to achieve sustainable growth. Using a descriptive qualitative approach through literature review and case analysis of Bank Syariah Indonesia (BSI), this study examines how strategic management encompasses product innovation (e.g., mudharabah and murabahah), increasing knowledge of Islamic finance, and the use of information technology to improve accessibility and operational efficiency. The findings indicate that effective strategic management can increase Islamic banks' assets to 7% of the national market share, thanks to the encouragement of OJK regulations, collaboration with MSMEs, and digital PR strategies that strengthen the institution's image and customer loyalty. Challenges such as low financial literacy and competition from the conventional sector are addressed through human resource development and financial performance evaluation (ROA, CAR). Overall, Sharia-based strategic management is a crucial element for inclusive growth, with recommendations to integrate AI to achieve the vision of becoming a top 10 Islamic bank in the world by 2030.

Pendahuluan

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang signifikan sejak penerapan sistem perbankan ganda melalui Arsitektur



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

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

Perbankan Indonesia (API), dengan perhatian pada pengembangan produk-produk seperti mudharabah dan murabahah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun, menghadapi persaingan yang ketat dengan bank-bank konvensional, manajemen strategi menjadi aspek penting untuk mendorong peningkatan aset dan pangsa pasar bank syariah, yang saat ini berkontribusi sekitar 6-7% dari total sektor perbankan nasional.

Penelitian ini berjudul "Analisis Manajemen Strategi terhadap Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia" bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana strategi manajemen, termasuk inovasi teknologi informasi dan pemanfaatan hubungan masyarakat (PR), dapat berperan dalam meningkatkan pangsa pasar dan ketahanan bisnis bank syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI). Menurut (Maghfiroh, 2021), tingkat profitabilitas bank syariah sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti efisiensi operasional, kualitas pembiayaan, dan manajemen aset. Faktor-faktor ini memiliki peran signifikan dalam menentukan kemampuan bank syariah untuk menghasilkan laba yang berkelanjutan serta menjaga stabilitas keuangan di tengah dinamika pasar perbankan modern

Tantangan utama dalam ekspansi lembaga keuangan syariah mencakup rendahnya pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah, regulasi ketat yang diterapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan dampak dari pandemi COVID-19 yang mendorong perlunya transformasi digital untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan (Adinugroho, 2024). Di sisi lain, terdapat peluang seperti kerjasama dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta peningkatan penggunaan platform digital yang menciptakan peluang untuk strategi hubungan masyarakat berbasis teknologi guna memperluas jangkauan dan membangun citra yang positif, yang dijelaskan dalam penelitian mengenai dinamika pertumbuhan bank syariah, mengedepankan faktor internal seperti efisiensi operasional serta faktor eksternal contohnya kebijakan moneter. Penggabungan manajemen strategis dengan prinsip-prinsip etika Islam, termasuk pengelolaan risiko dan pengembangan sumber daya manusia, terbukti sangat efektif untuk bersaing di pasar, dengan saran untuk melakukan evaluasi secara berkala demi mencapai pertumbuhan yang inklusif (Amrina, 2025).

Pembahasan

Manajemen Strategi di Perbankan Syariah

Manajemen strategi di institusi perbankan syariah mencakup perencanaan jangka panjang untuk menyelaraskan prinsip-prinsip syariah seperti fairness, transparansi, dan transaksi bebas riba dalam kegiatan bisnis, dengan tujuan meraih keunggulan kompetitif. Dalam strategi ini, adaptasi teknologi digital dan pengelolaan sumber daya manusia menjadi kunci untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan. Dalam era digital saat ini, strategi hubungan masyarakat menjadi bagian yang tak terpisahkan dari manajemen strategi, di mana bank syariah menggunakan media sosial dan platform online untuk membangun reputasi positif serta meningkatkan pemahaman tentang keuangan syariah, sesuai dengan pembahasan dalam jurnal mengenai strategi PR yang menekankan pentingnya komunikasi interaktif dalam mempererat hubungan dengan

nasabah. Selain itu, penerapan manajemen keuangan syariah memerlukan pengawasan ketat dari Otoritas Jasa Keuangan untuk memastikan kepatuhan, termasuk strategi pengendalian risiko yang sejalan dengan fatwa Dewan Syariah Nasional. Menurut (Khasanah, 2023), manajemen keuangan syariah tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan spiritual. Prinsip ini menuntut setiap keputusan keuangan agar selaras dengan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, transparansi, dan keberlanjutan, sehingga mampu menciptakan sistem ekonomi yang beretika dan berkeadilan.

Manajemen strategi di sektor perbankan syariah semakin membutuhkan integrasi hubungan masyarakat digital untuk memaksimalkan operasional yang berbasis syariah. Berdasarkan penelitian literatur mengenai strategi PR bank syariah dalam konteks digital, manajemen strategis mencakup penerapan teknologi informasi guna membangun citra yang positif dan menghadapi tantangan seperti keraguan publik terhadap sektor keuangan syariah. Pendekatan ini mencakup pemanfaatan media sosial dan situs web untuk komunikasi interaktif yang sejalan dengan prinsip-prinsip transparansi syariah. Sebagai contoh, Bank Syariah Indonesia (BSI) menerapkan strategi hubungan masyarakat digital selama pandemi COVID-19 dengan menerbitkan konten online untuk menjaga kepercayaan pelanggan, termasuk optimalisasi materi edukatif mengenai produk tanpa riba. Metode ini tidak hanya mengelola risiko reputasi, tetapi juga meningkatkan efisiensi manajemen, seperti pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan virtual yang berbasis syariah, yang mendukung visi jangka panjang bank syariah sebagai institusi yang inklusif.

Manajemen strategi dalam perbankan syariah adalah proses menyusun, melaksanakan, menilai, dan mengendalikan strategi jangka panjang guna mencapai tujuan organisasi dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maisir. Proses ini mencakup penyusunan rencana bisnis yang sejalan dengan nilai-nilai Islam, yakni keadilan, keseimbangan, kemaslahatan, serta universalitas, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Meskipun perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain persaingan dengan bank konvensional, fluktuasi ekonomi, dan kebutuhan akan inovasi untuk memperluas pangsa pasar.

Pertumbuhan Bank Syariah

Perkembangan bank syariah di Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang menggembirakan, didorong oleh peningkatan aset serta pangsa pasar yang telah mencapai sekitar 6-7% dari keseluruhan sektor perbankan nasional. Elemen kunci di balik ini mencakup perluasan jaringan cabang, inovasi produk seperti pembiayaan murabahah dan mudharabah, serta dukungan dari regulasi pemerintah. Meskipun begitu, terdapat tantangan seperti persaingan sengit dan tingkat literasi syariah yang masih rendah yang menghalangi laju pertumbuhan. Penelitian mengenai dinamika perkembangan menunjukkan bahwa pertumbuhan ini dipengaruhi oleh faktor luar seperti kebijakan moneter dan faktor dalam seperti efisiensi operasional, dengan potensi menjadi pilar bagi ekonomi yang inklusif. Terkait dengan public relations, strategi komunikasi digital berkontribusi dalam mempercepat pertumbuhan melalui

upaya menarik nasabah baru melalui kampanye edukasi, seperti yang dijelaskan dalam analisis strategi layanan syariah yang menekankan pentingnya evaluasi cabang demi mengoptimalkan pertumbuhan. Tantangan perjalanan juga meliputi penyesuaian terhadap pandemi, di mana bank syariah harus menggabungkan teknologi untuk menjaga momentum pertumbuhan yang ada (Riyadi et al., 2023).

Pertumbuhan bank syariah di Indonesia didorong oleh inisiatif komunikasi publik yang memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar. Studi menunjukkan bahwa pemasaran digital berperan dalam peningkatan pangsa pasar bank syariah sebesar 7%, melalui kampanye di media sosial yang menasar generasi muda dan usaha kecil menengah. Kenaikan ini terlihat dari pertumbuhan aset BSI setelah penggabungan, di mana strategi komunikasi publik pasca-peristiwa gangguan sistem pada tahun 2023 berhasil memulihkan citra dan menarik pelanggan baru melalui pendekatan komunikasi yang terbuka. Meskipun ada tantangan seperti rendahnya tingkat literasi, hal ini diatasi dengan penyajian konten edukasi di platform digital, yang mendorong penggunaan produk syariah seperti mudharabah, sehingga mendukung pertumbuhan berkelanjutan di tengah persaingan global.

Pertumbuhan bank syariah mencerminkan peningkatan aset, dana pihak ketiga (DPK), pembiayaan, serta pangsa pasar lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip Islam seperti larangan riba, gharar, dan maisir. Faktor pendorongnya meliputi ketahanan ekonomi, inovasi produk, serta dukungan kebijakan dan regulasi pemerintah. Di Indonesia, perkembangan ini terlihat dari kenaikan total aset bank syariah dari Rp524,564 miliar pada tahun 2019 menjadi Rp817,6 triliun pada tahun 2023, dengan kontribusi sebesar 7,26% terhadap total perbankan nasional, menandakan pemulihan positif pasca-pandemi Covid-19. Pertumbuhan tersebut tidak hanya dilihat dari sisi keuangan, tetapi juga melalui peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah. Namun, masih sedikit masyarakat yang memahami produk berbasis akad seperti mudharabah dan musyarakah, sehingga diperlukan upaya edukasi berkelanjutan untuk memperluas jangkauan pasar. Secara global, pertumbuhan bank syariah juga didorong oleh penerapan prinsip bagi hasil (profit and loss sharing/PLS) yang memberikan stabilitas dan fleksibilitas keuangan lebih baik dibandingkan sistem bank konvensional, terutama dalam menghadapi situasi krisis seperti pandemi.

Perbankan Syariah dan Kinerja Keuangan

Bank syariah beroperasi dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah yang menghindari praktik riba, maisir, dan gharar, serta menekankan pada sistem bagi hasil yang adil. Evaluasi kinerja finansial dilakukan melalui beberapa indikator seperti Non-Performing Financing (NPF), Return on Assets (ROA), dan Capital Adequacy Ratio (CAR), yang sering kali menunjukkan ketahanan yang lebih kuat dibandingkan dengan bank-bank tradisional selama masa krisis. Penelitian mengenai kinerja lembaga keuangan syariah menekankan bahwa prestasi suatu organisasi diukur berdasarkan pencapaian dalam periode tertentu, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan melakukan evaluasi kemajuan secara keseluruhan. Pengaruh penerapan ekonomi syariah terhadap kinerja finansial menunjukkan bahwa sistem ini menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dengan prinsip-prinsip etika, sehingga berkontribusi pada stabilitas finansial nasional. Integrasi Public Relations dalam perbankan syariah memberikan dukungan

terhadap kinerja finansial dengan membangun kepercayaan masyarakat, yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah simpanan dan pembiayaan, sebagaimana terkait dengan strategi komunikasi untuk mempertahankan loyalitas nasabah.

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam, berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis sebagai pedoman utama, serta menjauhi praktik yang dilarang seperti riba, maisir, dan gharar. Di Indonesia, sistem ini mulai berkembang sejak diberlakukannya Paket Desember 1983 (Pakdes 83), yang memperbolehkan pinjaman tanpa bunga sesuai prinsip syariah. Perkembangannya semakin pesat setelah diterapkannya Rencana Aksi Nasional Perbankan Syariah tahun 2014 yang memperkuat regulasi dan peran sektor ini dalam mendukung ekonomi kerakyatan. Tujuan utama perbankan syariah adalah mendukung pembangunan nasional melalui penerapan nilai keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan dengan sistem transaksi berbasis akad seperti wadiah, mudharabah, murabahah, serta bagi hasil yang menekankan pembagian keuntungan dan risiko secara adil. Contoh penerapannya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), hasil penggabungan beberapa bank syariah BUMN, yang berfokus pada layanan keuangan halal dan sinergi dengan induk perusahaan untuk mendorong kontribusi ekonomi nasional. Pengawasan terhadap operasionalnya dilakukan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) di bawah koordinasi Dewan Syariah Nasional MUI, dengan penekanan pada nilai kejujuran, keadilan, dan kemaslahatan sesuai Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008.

Kinerja keuangan perbankan syariah merupakan hasil capaian finansial dalam periode tertentu yang mencerminkan tingkat efisiensi dan efektivitas bank dalam mengelola aset serta menghasilkan laba. Kinerja ini menjadi indikator kesehatan organisasi dan biasanya diukur melalui berbagai rasio, seperti profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas. Evaluasi dilakukan melalui aspek internal (laporan keuangan) maupun eksternal (pertumbuhan jumlah nasabah) untuk menilai tingkat keberhasilan sekaligus menjadi dasar pengambilan keputusan strategis. Stabilitas kinerja keuangan memiliki korelasi signifikan dengan sustainability operasional perbankan syariah di Indonesia, dengan tingkat kepemilikan institusional berperan sebagai faktor penguat dalam hubungan tersebut (Sutikno, 2022).

Di Indonesia, kinerja perbankan syariah menunjukkan ketahanan yang kuat pasca-pandemi Covid-19, dengan pertumbuhan aset mencapai 21,58% selama masa pandemi—lebih tinggi dibanding 13,84% pada 2019—serta rasio keuangan yang menunjukkan kondisi sangat sehat, seperti CAR sebesar 23,25%, ROA 2,04%, dan BOPO 77,91%. Meski bank konvensional masih unggul dalam total aset dan laba, perbankan syariah menunjukkan daya saing tinggi pada aspek pertumbuhan pembiayaan (12% dibanding 8,3%) dan pengelolaan risiko. Pandemi turut memengaruhi kinerja, terutama terlihat pada perubahan signifikan rasio FDR antara periode sebelum (2017–2019) dan sesudah (2020–2023) pandemi, sementara indikator lain seperti CAR, NPF, ROA, NOM, dan BOPO relatif stabil (Rofiqi, 2024).

Dalam ranah perbankan syariah, nilai-nilai etis seperti keadilan serta pengelakan terhadap gharar menjadi pondasi dalam penerapan teknologi digital. Penelitian mengenai peranan media sosial dalam hubungan masyarakat perbankan syariah menunjukkan bahwa interaksi timbal balik melalui Instagram dan Twitter memperkuat

identitas syariah, memberi kesempatan bagi bank untuk menjawab tanggapan nasabah secara langsung. Hal ini menjadikan perbankan syariah berbeda dari yang konvensional, di mana penekanan pada pembagian keuntungan mengakibatkan daya tahan saat terjadi krisis ekonomi. Penilaian strategi PR digital BSI selama masa pandemi menunjukkan bagaimana perbankan syariah menyelaraskan nilai-nilai Islam dalam komunikasi, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan halal. Kinerja finansial bank syariah dinilai melalui indikator-indikator seperti Return on Equity (ROE) dan Non-Performing Financing (NPF), yang dileverage oleh strategi PR digital. Penelitian mengenai strategi pemasaran bank syariah di era digital mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi meningkatkan pendapatan berbasis biaya melalui transaksi online, dengan ROE BSI mencapai 18% setelah pandemi. PR digital memainkan peran penting dalam menjaga stabilitas keuangan dengan menurunkan tingkat churn nasabah melalui kampanye edukatif, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan simpanan dan pembiayaan syariah. Namun, variasi dalam kinerja yang disebabkan oleh masalah keamanan siber memerlukan pendekatan mitigasi, sebagaimana dijelaskan dalam transformasi PR digital.

Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah

Pengembangan lembaga keuangan syariah merupakan proses pertumbuhan dan penyesuaian institusi seperti bank syariah, Baitul Maal wat Tamwil (BMT), serta koperasi syariah dalam mendukung ekonomi yang inklusif dan berlandaskan prinsip-prinsip Islam, seperti keadilan, keterbukaan, serta larangan terhadap riba, gharar, dan maisir. Proses ini mencakup peningkatan aset, inovasi produk, peningkatan literasi keuangan, serta penerapan teknologi untuk mencapai tujuan falah (kesejahteraan dunia dan akhirat), sekaligus merespons perubahan kondisi pasar, termasuk pasca-pandemi. Di Indonesia, upaya pengembangan tersebut didukung oleh regulasi seperti Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah serta kebijakan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang bertujuan memperkuat peran lembaga keuangan syariah dalam sistem keuangan nasional.

Proses pengembangan lembaga keuangan syariah memerlukan pendekatan untuk memperluas akses terhadap keuangan yang inklusif, termasuk inovasi produk dan kerja sama dengan pemerintah. Prospek pengembangan menyoroti peran bank syariah sebagai penghubung dalam perekonomian masyarakat, dengan pendekatan yang mencakup peningkatan tingkat pemahaman dan perluasan ke daerah pedesaan. Strategi pengembangan perbankan syariah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan selama tiga dekade terakhir, dengan penekanan pada inovasi untuk bersaing di tingkat global (Hasan, 2015). Keterkaitan dengan PR terlihat melalui penerapan komunikasi digital untuk mendukung pengembangan, seperti yang dipaparkan dalam dokumen PDF terkait, di mana strategi PR yang adaptif menjadi sangat penting untuk menarik klien baru dan menjaga loyalitas, sehingga berkontribusi pada pengembangan lembaga yang berkelanjutan. Proses ini juga memerlukan peningkatan sumber daya manusia dan regulasi yang mendukung untuk mengatasi masalah seperti minimnya kesadaran masyarakat.

Pengembangan lembaga keuangan syariah bergantung pada inovasi PR untuk ekspansi global. Studi literatur atas perkembangan strategi PR dalam era digital

menyarankan integrasi AI dan blockchain untuk layanan syariah yang lebih aman dan efisien, dengan fokus pada pengembangan SDM berbasis kompetensi digital. Pengembangan ini mencakup kolaborasi dengan regulator seperti OJK untuk regulasi yang mendukung, serta CSR digital untuk memperkuat posisi lembaga di masyarakat. Hasilnya, bank syariah dapat mencapai visi top 10 global, dengan rekomendasi evaluasi berkala strategi PR untuk adaptasi berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pembahasan mengenai Manajemen Strategi, Pertumbuhan Bank Syariah, Perbankan Syariah, Kinerja Keuangan, dan Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah, dapat disimpulkan bahwa era digital telah menjadi katalis utama dalam transformasi perbankan syariah di Indonesia. Manajemen strategi yang terintegrasi dengan prinsip syariah, seperti transparansi dan keadilan, telah memanfaatkan strategi Public Relations (PR) digital untuk membangun citra positif dan meningkatkan efisiensi operasional. Pertumbuhan bank syariah, yang tercermin dari peningkatan pangsa pasar hingga 7% dan ekspansi aset, didorong oleh inovasi produk seperti mudharabah dan pemanfaatan media sosial untuk edukasi keuangan syariah. Perbankan syariah menunjukkan ketahanan melalui prinsip bagi hasil, yang diperkuat oleh komunikasi dua arah dalam PR digital, terutama selama pandemi COVID-19. Kinerja keuangan, diukur melalui indikator seperti ROA dan NPF rendah, mendapatkan dorongan signifikan dari fee-based income melalui transaksi digital, dengan PR memainkan peran kunci dalam menjaga kepercayaan nasabah. Pengembangan lembaga keuangan syariah, termasuk kolaborasi dengan UMKM dan regulasi OJK, didukung oleh strategi PR yang fleksibel, seperti CSR digital, untuk memperluas akses inklusif.

Studi ini menggarisbawahi bahwa implementasi PR digital, seperti penggunaan media sosial dan situs web, secara signifikan meningkatkan peran bank syariah dalam mendukung ekonomi nasional, dengan hasil yang menunjukkan peningkatan literasi keuangan dan loyalitas nasabah. Namun, tantangan seperti literasi rendah dan keamanan siber tetap menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, disarankan agar bank syariah meningkatkan pelatihan SDM berbasis teknologi untuk mendukung manajemen strategi yang adaptif. Selain itu, evaluasi berkala strategi PR digital dengan pendekatan kuantitatif, seperti analisis ROI, dapat membantu mengukur dampak pertumbuhan dan kinerja keuangan secara lebih akurat. Kolaborasi dengan pemerintah untuk memperkuat regulasi dan kampanye edukasi massal juga direkomendasikan guna mempercepat pengembangan lembaga keuangan syariah menuju visi global, seperti target top 10 bank syariah dunia. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi integrasi AI dalam PR digital guna meningkatkan efisiensi dan keamanan, sehingga mendukung pertumbuhan berkelanjutan perbankan syariah di Indonesia.

Daftar Pustaka

Adinugroho, M. B. (2024). Performa bank syariah di Indonesia pasca pandemi. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2(8), 303–307.

- Amrina, D. H. (2025). ANALISIS PENERAPAN PRINSIP SYARIAH DALAM PENGELOLAAN BANK SYARIAH DI INDONESIA. *UNISAN JURNAL*, 4(4), 18–27.
- Hasan, H. (2015). PROSPEK PENGEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH PENDEKATAN PASAR. *TAHKIM*, 11(2).
- Khasanah, U. (2023). *Ekonomi Islam: Manajemen keuangan syariah*. UIN Maliki Press. <https://repository.uin-malang.ac.id/16708/>
- Maghfiroh, L. (2021). Apakah Profitabilitas Bank Syariah Didorong oleh Faktor Internal? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. <https://repository.uin-malang.ac.id/9659/>
- Riyadi, S., Kurniawan, H., Iqbal, M., & Hastiadi, F. F. (2023). *Manajemen Transformasi Dan Akselerasi Perbankan Syariah*. Universitas Indonesia Publishing.
- Rofiqi, A. A. S. P. (2024). Analisis komparatif kinerja keuangan perbankan Syariah dan perbankan konvensional di Indonesia. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 2(12).
- Sutikno, H. T. (2022). *Pengaruh kinerja keuangan terhadap financial sustainability bank syariah di Indonesia dengan variabel moderating kepemilikan institusional pada tahun 2015-2019* [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/36331/>