

# Strategi manajemen dalam perbankan dan lembaga keuangan syariah: Pendekatan risiko, pemasaran, dan manajemen aset

Nilna Alfa Faizah

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
e-mail: [alfafaizahnilna@gmail.com](mailto:alfafaizahnilna@gmail.com)

## Kata Kunci:

Manajemen, strategi, bank, keuangan, aset

## Keywords:

Management, strategy, bank, finance, asset

## ABSTRAK

Artikel ini membahas berbagai strategi manajemen yang diterapkan dalam perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya dengan fokus pada manajemen risiko strategis, pemasaran berbasis teknologi informasi, serta pengelolaan aset dan liabilitas. Studi ini mengkaji dinamika pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia serta tantangan dan peluang yang muncul dalam era digital saat ini. Metode analisis yang digunakan adalah kajian literatur dari berbagai jurnal akademik terkini yang membahas perspektif manajemen strategik

dalam konteks keuangan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang terintegrasi antara manajemen risiko, pemasaran inovatif, dan pengelolaan aset secara komprehensif meningkatkan daya saing dan keberlanjutan lembaga keuangan syariah. Kesimpulannya, penerapan strategi manajemen yang adaptif dan berbasis prinsip syariah sangat penting untuk mendukung pertumbuhan industri yang berkelanjutan dan memenuhi kebutuhan pasar digital modern.

## ABSTRACT

This article discusses various management strategies implemented in Islamic banking and other Islamic financial institutions, focusing on strategic risk management, information technology-based marketing, and asset and liability management. This study examines the growth dynamics of the Islamic banking industry in Indonesia, as well as the challenges and opportunities emerging in the current digital era. The analytical method used is a literature review of various recent academic journals that discuss strategic management perspectives in the context of Islamic finance. The results show that an integrated strategy of risk management, innovative marketing, and comprehensive asset management enhances the competitiveness and sustainability of Islamic financial institutions. In conclusion, the implementation of adaptive management strategies based on Islamic principles is crucial to support sustainable industry growth and meet the needs of the modern digital market.

## Pendahuluan

Perbankan syariah dan lembaga keuangan berbasis prinsip syariah mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, khususnya di Indonesia sebagai salah satu pasar terbesar di dunia. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam serta perkembangan teknologi informasi yang mendukung inovasi produk dan layanan (Pemasaran et al., 2023). Dalam konteks ini, manajemen strategi menjadi aspek krusial untuk menjamin keberlanjutan, daya saing, dan ketahanan institusi syariah



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.

menghadapi tantangan pasar yang dinamis dan persaingan yang semakin ketat (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021).

Manajemen strategi pada lembaga keuangan syariah bukan hanya sekadar pengelolaan operasional biasa, melainkan juga harus menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam kebijakan risiko, pemasaran, serta pengelolaan aset dan liabilitas. Risiko strategis perlu dikelola secara efektif agar lembaga dapat menjaga stabilitas dan kepercayaan nasabah (Fachryana, 2020). Di sisi lain, strategi pemasaran berbasis teknologi informasi menjadi kunci dalam menghadapi era digital yang menuntut layanan cepat, transparan, dan mudah diakses (Febriani, 2024). Selain itu, manajemen aset dan liabilitas secara komprehensif memastikan keseimbangan keuangan yang sehat, sesuai dengan prinsip keuangan syariah (Siregar & Siregar, 2024).

Manajemen strategi pada lembaga keuangan syariah bukan hanya sekadar pengelolaan operasional biasa, melainkan juga harus menerapkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten dalam kebijakan risiko, pemasaran, serta pengelolaan aset dan liabilitas. Risiko strategis perlu dikelola secara efektif agar lembaga dapat menjaga stabilitas dan kepercayaan nasabah (Fachryana, 2020). Risiko strategis didefinisikan sebagai risiko yang timbul dari penerapan strategi yang tidak tepat, pengambilan keputusan bisnis yang salah, atau ketidakpatuhan terhadap perubahan regulasi, yang dapat menyebabkan penarikan dana massal, masalah likuiditas, hingga kebangkrutan. Faktor penentu risiko ini mencakup perubahan peta persaingan bisnis, formulasi strategi yang tidak akurat, tuntutan inovasi, adaptasi terhadap kemajuan teknologi, perubahan lingkungan makro, dan pergeseran perilaku pemangku kepentingan, yang semuanya memerlukan mitigasi melalui pembentukan tim khusus, perencanaan skenario, dan pengembangan sumber daya manusia yang kompeten (Fachryana, 2020).

Di sisi lain, strategi pemasaran berbasis teknologi informasi menjadi kunci dalam menghadapi era digital yang menuntut layanan cepat, transparan, dan mudah diakses (Pemasaran et al., 2023). Strategi pemasaran di perbankan syariah harus menekankan diferensiasi melalui keunggulan kompetitif seperti layanan prima, jaringan distribusi luas, dan inovasi produk yang sesuai syariah, seperti akad mudharabah atau murabahah, untuk menarik pasar mayoritas Muslim sekaligus ekspansi ke segmen non-Muslim. Hal ini melibatkan peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui rekrutmen dan pelatihan, percepatan inovasi produk, serta pemanfaatan teknologi informasi untuk transaksi yang nyaman, guna membangun loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021).

Selain itu, manajemen aset dan liabilitas secara komprehensif memastikan keseimbangan keuangan yang sehat, sesuai dengan prinsip keuangan syariah (Siregar & Siregar, 2024). Pengelolaan dana dan fenomena merger seperti penggabungan BRIS, Mandiri Syariah, dan BNI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) menekankan urgensi manajemen aset-liabilitas dalam konteks keberlanjutan sektor perbankan syariah di Indonesia. Pendekatan baru seperti Indeks Maqhasid Syariah (SMI) digunakan untuk menilai pencapaian tujuan syariah di luar indikator keuangan konvensional, memastikan bahwa pengelolaan aset tidak hanya fokus pada pertumbuhan tetapi juga pada kepatuhan prinsip syariah untuk memperkuat posisi global (Siregar & Siregar, 2024).

Artikel ini bertujuan mengkaji dan mengintegrasikan berbagai strategi manajemen dalam perbankan dan lembaga keuangan syariah dengan penekanan pada manajemen risiko, pemasaran digital, dan pengelolaan aset, sehingga dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai praktik terbaik yang dapat diterapkan untuk memperkuat posisi dan keberlanjutan industri keuangan syariah di Indonesia.

## **Pembahasan**

### **Manajemen Risiko Strategis dalam Perbankan Syariah**

Manajemen risiko strategis merupakan komponen vital dalam menjaga keberlanjutan perbankan syariah, di mana risiko didefinisikan sebagai ketidaktepatan dalam pengambilan keputusan strategis atau kegagalan mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis. Berbeda dengan bank konvensional, risiko di perbankan syariah harus dikelola dengan tetap mengacu pada prinsip-prinsip syariah yang ketat, termasuk pelarangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (judi), sehingga identifikasi risiko tidak hanya berfokus pada faktor keuangan tetapi juga pada aspek kepatuhan syariah yang berdampak pada reputasi dan kepercayaan nasabah (Fachryana, 2020). Kerangka manajemen risiko yang komprehensif menjadi landasan bagi bank syariah untuk mengantisipasi hambatan serta memaksimalkan peluang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, dengan indikator seperti kegagalan mencapai target bisnis finansial maupun non-finansial.

Komponen manajemen risiko strategis mencakup pengawasan aktif oleh dewan komisaris, direksi, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS), yang bertanggung jawab dalam merumuskan rencana strategis dan bisnis sesuai regulasi, serta mengevaluasinya secara berkala. Organisasi harus memastikan keselarasan rencana dengan visi, misi, dan toleransi risiko, sambil melibatkan unit khusus untuk formulasi strategi dan pemantauan, termasuk penerapan sanksi konsisten terhadap pelanggaran etika internal (Fachryana, 2020). Selain itu, struktur organisasi yang mendukung melibatkan semua unit bisnis dan pendukung untuk menjaga konsistensi dengan kerangka risiko keseluruhan, di mana direksi memimpin program perubahan dan unit manajemen risiko strategis berkoordinasi untuk evaluasi kemajuan serta perbaikan strategi.

Proses manajemen risiko strategis meliputi identifikasi, pengukuran, pemantauan, pengendalian, dan sistem informasi manajemen risiko, di mana identifikasi risiko mencakup analisis penyimpangan dari rencana bisnis yang berdampak pada modal, terutama pada strategi kompleks seperti ekspansi pasar baru. Pengukuran dilakukan melalui indikator seperti posisi industri dan pencapaian rencana bisnis, dengan uji stres untuk mengidentifikasi dampak perubahan lingkungan, sementara pemantauan memerlukan laporan berkala atas isu strategis dari perubahan operasional atau eksternal (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021). Pengendalian memastikan risiko tetap dalam batas toleransi melalui perbandingan hasil aktual dengan ekspektasi, dengan sistem informasi yang mendukung pengambilan keputusan secara tepat waktu.

Tantangan dalam manajemen risiko strategis timbul dari faktor penentu seperti perubahan peta persaingan bisnis, ketidaktepatan formulasi strategi, tuntutan inovasi, adaptasi teknologi, perubahan makroekonomi, dan pergeseran perilaku pemangku

kepentingan, yang dapat menyebabkan dampak signifikan seperti penarikan dana massal atau kebangkrutan. Dalam konteks syariah, tantangan ini diperburuk oleh kebutuhan kepatuhan terhadap prinsip Islam seperti pembagian risiko yang adil melalui mekanisme profit-and-loss sharing, yang membedakannya dari sistem bunga konvensional yang menimbulkan ketidakadilan (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021). Analisis SWOT menjadi alat penting untuk mengidentifikasi ancaman eksternal seperti kompetitor baru atau disrupsi teknologi, sambil meminimalkan kelemahan internal seperti keterbatasan sumber daya (Budianto & Dewi, 2023).

Implementasi manajemen risiko strategis bergantung pada sumber daya manusia yang kompeten dan berintegritas tinggi, di mana pelatihan kompetensi manajerial dalam aspek syariah dan risiko diperlukan untuk mengantisipasi risiko secara maksimal. Kolaborasi dengan DPS memastikan bahwa semua kegiatan tidak bertentangan dengan prinsip syariah, sementara peningkatan sumber daya manusia melalui rekrutmen dan pelatihan mendukung strategi kompetitif seperti diferensiasi produk berbasis akad syariah (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021). Pendekatan holistik ini mengintegrasikan evaluasi berkala dan umpan balik untuk koreksi strategi, memastikan keberlanjutan melalui adaptasi dinamis terhadap perubahan pasar.

Rekomendasi untuk mengatasi tantangan mencakup pembentukan tim khusus untuk mempelajari kompetitor baru dan mendorong co-opetition, internalisasi visi-misi melalui komunikasi intensif, serta pengembangan divisi riset dan pengembangan untuk inovasi produk. Adaptasi teknologi melalui kolaborasi dengan konsultan IT dan penyesuaian strategi terhadap perubahan regulasi makro menjadi kunci, dengan tujuan meminimalkan dampak negatif dari keputusan strategis dan kegagalan antisipasi lingkungan bisnis (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021). Dengan demikian, lembaga keuangan syariah dapat mengoptimalkan performa sekaligus meminimalkan potensi kerugian jangka panjang, memperkuat daya saing melalui prinsip etis dan berkelanjutan.

### ***Strategi Pemasaran dan Manajemen Aset Berbasis Teknologi di Era Digital***

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap perbankan syariah, membuka peluang besar untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Platform digital seperti aplikasi mobile banking, media sosial, dan sistem Customer Relationship Management (CRM) memungkinkan bank syariah memperluas jangkauan pasar dengan menawarkan layanan yang cepat, transparan, dan mudah diakses oleh nasabah modern (Febriani, 2024). Pendekatan ini memanfaatkan teknologi untuk membangun komunikasi yang personal dan interaktif, seperti pemberian notifikasi real-time atau penawaran produk berbasis preferensi nasabah, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan dan brand awareness produk keuangan syariah. Strategi pemasaran digital ini juga memungkinkan bank syariah untuk menjangkau segmen pasar baru, termasuk generasi milenial dan Z yang cenderung mengutamakan kemudahan akses digital (Pemasaran et al., 2023). Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran tidak hanya terbatas pada promosi, tetapi juga mencakup analisis data untuk memahami perilaku konsumen secara mendalam. Teknologi seperti big data dan kecerdasan buatan (AI) memungkinkan bank syariah untuk melakukan segmentasi pasar yang lebih presisi, merancang kampanye yang relevan, dan memprediksi tren

pasar dengan lebih akurat (Febriani, 2024). Sebagai contoh, analisis data pelanggan melalui CRM berbasis teknologi dapat mengidentifikasi kebutuhan spesifik nasabah, seperti preferensi untuk produk berbasis akad mudharabah atau murabahah, sehingga bank dapat menawarkan solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Pendekatan ini juga mendukung peningkatan efisiensi operasional dengan mengurangi biaya pemasaran konvensional dan mempercepat waktu respons terhadap kebutuhan pasar (Pemasaran et al., 2023)

Selain pemasaran, teknologi berperan penting dalam manajemen aset dan liabilitas untuk memastikan keseimbangan keuangan yang sehat sesuai prinsip syariah. Sistem manajemen berbasis teknologi memungkinkan bank syariah untuk mengoptimalkan penggunaan dana, menjaga likuiditas, dan meminimalkan risiko keuangan, seperti spekulasi atau investasi yang tidak halal (Siregar & Siregar, 2024). Teknologi seperti perangkat lunak manajemen keuangan terintegrasi memungkinkan pemantauan real-time terhadap portofolio aset, memastikan kepatuhan terhadap larangan riba dan gharar. Hal ini mendukung pengambilan keputusan yang cepat dan berbasis data, memungkinkan bank untuk mengantisipasi perubahan pasar dengan lebih responsif (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021).

Manajemen aset berbasis teknologi juga memungkinkan bank syariah untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan dana nasabah, seperti melalui otomatisasi proses alokasi dana untuk pembiayaan berbasis syariah. Contohnya, sistem teknologi dapat digunakan untuk mengelola portofolio investasi berbasis akad mudharabah atau musyarakah, memastikan bahwa dana diinvestasikan dalam sektor yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti proyek halal atau infrastruktur sosial (Siregar & Siregar, 2024). Selain itu, teknologi blockchain dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan transparansi dan keamanan dalam pengelolaan aset, memberikan kepercayaan tambahan kepada nasabah bahwa operasi bank sesuai dengan nilai-nilai Islam (Febriani, 2024)

Sinergi antara strategi pemasaran digital dan manajemen aset berbasis teknologi menciptakan keunggulan kompetitif bagi bank syariah dalam menghadapi persaingan industri yang semakin ketat. Inovasi produk berbasis teknologi, seperti layanan pembiayaan online atau aplikasi investasi syariah, memungkinkan bank untuk menarik generasi muda yang melek digital, sekaligus mempertahankan kepatuhan terhadap prinsip syariah (Pemasaran et al., 2023). Pendekatan ini juga mendukung ekspansi pasar ke segmen non-Muslim yang tertarik pada produk keuangan etis, memperluas pangsa pasar bank syariah. Dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal, bank syariah dapat menciptakan ekosistem keuangan yang inklusif dan berkelanjutan (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021)

Namun, implementasi strategi ini tidak lepas dari tantangan, seperti kebutuhan investasi besar dalam infrastruktur teknologi dan keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten dalam teknologi dan prinsip syariah. Untuk mengatasi tantangan ini, bank syariah perlu berinvestasi dalam pelatihan SDM serta berkolaborasi dengan penyedia teknologi untuk mengembangkan solusi yang relevan (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021). Dengan demikian, penerapan strategi pemasaran dan manajemen aset berbasis teknologi menjadi kunci untuk menjamin pertumbuhan dan keberlanjutan

sektor keuangan syariah, memungkinkan bank syariah untuk tetap kompetitif di era digital sambil mempertahankan nilai-nilai Islam (Siregar & Siregar, 2024).

### **Tantangan dan Peluang Pengembangan Manajemen Strategi di Lembaga Keuangan Syariah**

Lembaga keuangan syariah menghadapi tantangan signifikan dalam mengimplementasikan manajemen strategi yang efektif, terutama karena keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki kompetensi ganda dalam manajemen keuangan modern dan prinsip-prinsip syariah. Banyak tenaga profesional di sektor ini masih kurang mendalam dalam memahami aspek syariah seperti akad mudharabah, musyarakah, atau larangan gharar, yang dapat menghambat pengambilan keputusan strategis yang selaras dengan nilai Islam (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021). Selain itu, kurangnya pelatihan khusus untuk mengintegrasikan keahlian keuangan dengan kepatuhan syariah memperburuk tantangan ini, sehingga lembaga keuangan syariah perlu berinvestasi besar dalam pengembangan kapasitas SDM untuk mendukung strategi yang kompetitif (Pemasaran et al., 2023).

Tantangan lain adalah regulasi dan kebijakan yang masih terus berkembang, yang sering kali menciptakan ketidakpastian operasional. Perubahan regulasi, seperti penyesuaian terhadap standar kepatuhan syariah atau kebijakan moneter, dapat memengaruhi strategi bisnis bank syariah, sehingga membutuhkan fleksibilitas dalam perencanaan strategis (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021). Selain itu, persaingan yang semakin ketat dari lembaga keuangan konvensional dan perusahaan fintech menambah tekanan, karena mereka sering kali menawarkan layanan yang lebih cepat dan inovatif dengan biaya operasional yang lebih rendah. Hal ini menuntut bank syariah untuk terus berinovasi agar tetap relevan di pasar yang dinamis (Pemasaran et al., 2023).

Di sisi lain, era digital membuka peluang besar bagi lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan daya saing melalui adopsi teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi seperti aplikasi mobile banking, analisis big data, dan kecerdasan buatan memungkinkan bank syariah untuk menawarkan layanan yang lebih efisien dan menjangkau segmen pasar yang lebih luas, termasuk generasi muda yang melek digital (Febriani, 2024). Peluang ini diperkuat oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk keuangan syariah, yang tidak hanya menarik pasar Muslim tetapi juga segmen non-Muslim yang mencari solusi keuangan etis, sehingga memperluas potensi pangsa pasar (Pemasaran et al., 2023).

Kolaborasi dengan regulator dan pemangku kepentingan lainnya juga menjadi peluang strategis untuk memperkuat posisi lembaga keuangan syariah. Dengan bekerja sama dengan otoritas seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Dewan Syariah Nasional (DSN), bank syariah dapat memastikan kepatuhan terhadap regulasi sekaligus memengaruhi pembentukan kebijakan yang mendukung pertumbuhan industri (Siregar & Siregar, 2024). Selain itu, kemitraan dengan perusahaan teknologi atau fintech syariah dapat mempercepat inovasi produk, seperti pembiayaan berbasis blockchain yang menjamin transparansi dan keamanan, sehingga meningkatkan kepercayaan nasabah (Febriani, 2024).

Penguatan tata kelola berbasis maqashid syariah juga menawarkan peluang untuk membedakan lembaga keuangan syariah dari kompetitor konvensional. Pendekatan ini menekankan pencapaian tujuan syariah, seperti keadilan sosial dan kesejahteraan umat, yang dapat menjadi nilai jual unik di pasar global (Siregar & Siregar, 2024). Dengan mengintegrasikan indeks maqashid syariah dalam pengukuran kinerja, bank syariah dapat menarik investor dan nasabah yang peduli terhadap dampak sosial dan etis, sekaligus memperkuat reputasi sebagai institusi yang berkomitmen pada prinsip Islam (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021)

Untuk mengoptimalkan peluang sekaligus mengatasi tantangan, lembaga keuangan syariah perlu mengadopsi pendekatan manajemen strategis yang holistik dan inovatif. Investasi dalam pelatihan SDM untuk meningkatkan kompetensi syariah dan teknologi, penguatan kolaborasi dengan regulator dan penyedia teknologi, serta pengembangan produk yang relevan dengan kebutuhan pasar digital menjadi langkah krusial (Siregar & Siregar, 2024). Dengan demikian, lembaga keuangan syariah dapat membangun daya saing yang berkelanjutan, memanfaatkan peluang di era digital, dan tetap setia pada prinsip syariah untuk mendukung pertumbuhan industri yang inklusif dan berorientasi pada keadilan.

### **Integrasi Teknologi dan Prinsip Syariah dalam Manajemen Strategis**

Integrasi teknologi dengan prinsip syariah menjadi elemen kunci dalam memperkuat manajemen strategis di lembaga keuangan syariah, memungkinkan mereka untuk tetap kompetitif di era digital sambil mematuhi nilai-nilai Islam. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan blockchain dapat digunakan untuk memastikan transparansi dan kepatuhan terhadap larangan riba, gharar, dan maisir, yang merupakan inti dari keuangan syariah (Febriani, 2024). Misalnya, blockchain dapat diterapkan untuk mencatat transaksi berbasis akad mudharabah atau musyarakah secara aman dan transparan, mengurangi risiko ketidaksesuaian dengan prinsip syariah dan meningkatkan kepercayaan nasabah. Pendekatan ini juga mendukung otomatisasi proses pengawasan syariah, meminimalkan kesalahan manusia dalam pengambilan keputusan (Siregar & Siregar, 2024)

Penerapan teknologi dalam manajemen strategis juga memungkinkan bank syariah untuk meningkatkan efisiensi operasional melalui sistem manajemen berbasis data. Analisis big data, misalnya, dapat digunakan untuk mengidentifikasi pola perilaku nasabah, memungkinkan pengembangan produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik, seperti pembiayaan mikro berbasis syariah untuk UMKM (Pemasaran et al., 2023). Selain itu, teknologi AI dapat membantu dalam simulasi skenario risiko strategis, memungkinkan bank untuk mengantisipasi dampak perubahan pasar atau regulasi dengan lebih akurat, sekaligus memastikan bahwa keputusan tetap selaras dengan maqashid syariah (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021)

Integrasi ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada penguatan tata kelola syariah melalui teknologi. Sistem manajemen risiko berbasis teknologi dapat memantau kepatuhan terhadap prinsip syariah secara real-time, memastikan bahwa semua transaksi dan strategi bisnis sesuai dengan panduan Dewan Pengawas Syariah (DPS) (Fachryana, 2020). Contohnya, perangkat lunak kepatuhan syariah dapat

digunakan untuk memverifikasi bahwa investasi dilakukan pada sektor halal, seperti proyek infrastruktur sosial, dan menghindari sektor yang dilarang seperti industri alkohol atau perjudian. Pendekatan ini memperkuat reputasi bank syariah sebagai institusi yang etis dan dapat dipercaya (Siregar & Siregar, 2024)

Tantangan utama dalam integrasi ini adalah kebutuhan investasi besar untuk infrastruktur teknologi dan pelatihan SDM yang memahami baik teknologi maupun prinsip syariah. Banyak bank syariah masih menghadapi keterbatasan dalam mengadopsi teknologi canggih karena biaya tinggi dan kurangnya tenaga ahli yang memiliki kompetensi ganda (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021). Untuk mengatasi hal ini, kolaborasi dengan perusahaan teknologi atau fintech syariah menjadi solusi strategis, memungkinkan bank syariah untuk memanfaatkan inovasi tanpa harus membangun infrastruktur dari awal. Pelatihan intensif bagi SDM juga diperlukan untuk memastikan bahwa teknologi yang diadopsi diterapkan dengan cara yang mendukung tujuan syariah (Pemasaran et al., 2023)

Peluang dari integrasi teknologi dan prinsip syariah sangat besar, terutama dalam menarik segmen pasar global yang semakin peduli terhadap keuangan etis. Dengan memanfaatkan teknologi untuk menawarkan produk inovatif, seperti platform investasi syariah berbasis digital atau pembiayaan berbasis crowdfunding syariah, bank syariah dapat menjangkau pasar internasional, termasuk komunitas Muslim di negara non-Mayoritas Muslim (Febriani, 2024). Pendekatan ini juga mendukung inklusi keuangan dengan menyediakan akses ke layanan keuangan syariah bagi masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau oleh sistem perbankan konvensional, seperti komunitas pedesaan (Pemasaran et al., 2023)

Secara keseluruhan, integrasi teknologi dan prinsip syariah dalam manajemen strategis menawarkan pendekatan holistik yang tidak hanya meningkatkan efisiensi dan daya saing, tetapi juga memperkuat komitmen terhadap nilai-nilai Islam. Dengan memanfaatkan teknologi secara strategis, bank syariah dapat mengoptimalkan pengelolaan risiko, pemasaran, dan aset sambil tetap setia pada prinsip syariah, sehingga memperkuat posisi mereka di pasar global yang semakin kompetitif (Siregar & Siregar, 2024) Investasi berkelanjutan dalam teknologi dan SDM akan menjadi kunci untuk mewujudkan potensi ini, memastikan pertumbuhan industri keuangan syariah yang berkelanjutan dan inklusif (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021).

## Kesimpulan dan Saran

Manajemen strategi di perbankan dan lembaga keuangan syariah memegang peranan penting dalam memastikan keberlanjutan dan daya saing industri ini di tengah tantangan pasar yang dinamis. Manajemen risiko strategis yang berlandaskan prinsip syariah mampu menjaga stabilitas keuangan sekaligus meningkatkan kepercayaan nasabah. Selain itu, penerapan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi memungkinkan lembaga syariah untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memenuhi kebutuhan konsumen modern secara efektif. Manajemen aset dan liabilitas yang komprehensif juga merupakan faktor kunci dalam menjaga keseimbangan keuangan



yang sehat dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Secara keseluruhan, integrasi strategi ini dapat mengoptimalkan kinerja dan pertumbuhan lembaga keuangan syariah.

Untuk meningkatkan efektivitas manajemen strategi, lembaga keuangan syariah disarankan untuk terus mengembangkan sistem pengelolaan risiko yang adaptif dan terintegrasi dengan teknologi mutakhir. Penguatan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan khusus dalam manajemen risiko dan prinsip syariah juga sangat penting. Pada sisi pemasaran, perlu pemanfaatan lebih maksimal teknologi digital dan media sosial guna mencapai segmentasi pasar yang lebih luas, terutama generasi milenial dan Z. Terakhir, pengelolaan aset dan liabilitas harus dilakukan secara transparan dan akuntabel untuk meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan serta memastikan kepatuhan terhadap prinsip keuangan syariah demi keberlanjutan institusi.

## Daftar Pustaka

- Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T. (2023). Pemetaan Penelitian Rasio Total Asset Turnover (TATO) pada Perbankan Syariah dan Konvensional: Studi Bibliometrik VOSviewer dan Literature Review. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 20(2), 40–53. <http://repository.uin-malang.ac.id/16575/>
- Fachryana, F. A. H. (2020). Manajemen Risiko Strategis. ... *Manajemen, Ekonomi, Keuangan ...*, 1(2), 61–66.
- Febriani, W. (2024). Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Berbasis Teknologi Informasi Pada Era Digital. *Jurnal Sahmiyya*, 3(1), 217–222.
- Pemasaran, S., Bank, P., & Di, S. (2023). 2285-Article Text-6446-1-10-20230228. 05(1), 1–10.
- Siregar, A. R., & Siregar, P. A. (2024). Manajemen Aset dan Liabilitas dalam Bank Syariah: Analisis Komprehensif Institusi Keuangan Berprinsip Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1850–1855. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.6094>
- Sri Anugerah Natalina, & Arif Zunaidi. (2021). Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah. *Wadiah*, 5(1), 86–117. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i1.3178>
- Wati, P. G., Wardana, G. K., & Holis, M. N. (2024). Penerapan Manajemen Risiko Pembiayaan Pada Perusahaan Fintech Pegadaian Syari'ah. *J-Mabes: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Bisnis Dan Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 19–30. <http://repository.uin-malang.ac.id/19786/>