



Strategi Bisnis Unit dalam Manajemen Strategi Islami: Analisis, Implementasi, dan Tantangan pada Bank Syariah Indonesia (BSI)

Business Unit Strategy in Islamic Strategic Management: Analysis, Implementation, and Challenges at Bank Syariah Indonesia (BSI)

Ramdani Nur¹, Agustang², Sudirman³

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: Ramdaninur081100@gmail.com¹, agustang@uin-alauddin.ac.id², yudihsudirman@gmail.com³

Article Info

Article history :

Received : 21-12-2025

Revised : 23-12-2025

Accepted : 25-12-2025

Published : 27-12-2025

Abstract

The transformation of the Islamic banking industry in Indonesia demands the implementation of adaptive, competitive business unit strategies that remain grounded in Sharia principles. Bank Syariah Indonesia (BSI), the largest Islamic bank resulting from a merger of state-owned Islamic banks, faces a complex business environment, encompassing regulations, competition, technology, and customer expectations. This study aims to analyze BSI's business unit strategy from an Islamic strategic management perspective, examine its implementation, and identify the challenges faced. The research method used is a descriptive qualitative approach, incorporating literature studies and conceptual analysis of BSI's strategic policies and practices. The study results indicate that BSI's business unit strategy has focused on integrating the values of maqasid sharia with a modern strategic management framework through product differentiation, service digitalization, and strengthening the halal market segment. However, key challenges remain: harmonizing organizational culture post-merger, improving Sharia financial literacy, and facing competitive pressures from conventional banks and fintech. This research is expected to provide theoretical and practical contributions to the development of Islamic strategic management in the Islamic banking industry.

Keywords: *Islamic Strategic Management, Business Unit Strategy, Bank Syariah Indonesia*

Abstrak

Transformasi industri perbankan syariah di Indonesia menuntut penerapan strategi bisnis unit yang adaptif, kompetitif, dan tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar hasil merger bank-bank syariah milik negara menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang kompleks, baik dari sisi regulasi, persaingan, teknologi, maupun ekspektasi nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis unit BSI dalam perspektif manajemen strategi Islami, mengkaji implementasinya, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur dan analisis konseptual terhadap kebijakan serta praktik strategis BSI. Hasil kajian menunjukkan bahwa strategi bisnis unit BSI telah mengarah pada integrasi nilai-nilai maqashid syariah dengan kerangka manajemen strategis modern melalui diferensiasi produk, digitalisasi layanan, dan penguatan segmen pasar halal. Namun demikian, tantangan utama masih terletak pada harmonisasi budaya organisasi pasca-merger, peningkatan literasi keuangan syariah, serta tekanan persaingan dengan bank konvensional dan fintech. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan manajemen strategi Islami di industri perbankan syariah.

Kata kunci: *Manajemen Strategi Islami, Strategi Bisnis Unit, Bank Syariah Indonesia*



PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia merupakan bagian dari transformasi sistem keuangan nasional yang bertujuan menciptakan stabilitas, inklusivitas, dan keadilan ekonomi. Dalam dua dekade terakhir, perbankan syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, baik dari sisi aset, pembiayaan, maupun jumlah nasabah. Pertumbuhan ini tidak terlepas dari meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam serta dukungan regulasi dari pemerintah dan otoritas keuangan (Wahyuningrum et al. 2025).

Pembentukan Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tahun 2021 melalui merger tiga bank syariah milik negara menjadi tonggak penting dalam sejarah perbankan syariah Indonesia. Merger ini bertujuan untuk menciptakan bank syariah yang kuat, efisien, dan memiliki daya saing global. Namun, skala organisasi yang besar dan kompleksitas operasional pasca-merger menuntut penerapan manajemen strategi yang matang, khususnya pada level strategi bisnis unit (Rofiullah 2024). Strategi bisnis unit memiliki peran krusial dalam menentukan bagaimana suatu unit atau segmen bisnis bersaing di pasar. Dalam konteks BSI, strategi bisnis unit tidak hanya dituntut untuk menghasilkan keunggulan kompetitif, tetapi juga harus selaras dengan nilai-nilai dan prinsip syariah. Hal ini menjadikan penerapan strategi bisnis unit dalam bank syariah memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan bank konvensional (Saputra et al., 2024).

Manajemen strategi Islami hadir sebagai pendekatan yang mengintegrasikan kerangka manajemen modern dengan nilai-nilai Islam. Pendekatan ini menempatkan maqashid syariah sebagai landasan utama dalam perumusan dan implementasi strategi. Dengan demikian, keberhasilan strategi tidak semata-mata diukur dari kinerja finansial, tetapi juga dari kontribusinya terhadap kemaslahatan umat dan keberlanjutan sosial (Albar et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi bisnis unit BSI dalam perspektif manajemen strategi Islami, mengkaji implementasinya, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan konsep manajemen strategi Islami serta menjadi referensi praktis bagi industri perbankan syariah.

LANDASAN TEORI

Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan proses berkelanjutan yang melibatkan serangkaian keputusan dan tindakan untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi. Proses ini mencakup analisis lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan pengendalian. Dalam konteks organisasi modern, manajemen strategi berfungsi sebagai alat untuk merespons dinamika lingkungan bisnis yang kompleks dan penuh ketidakpastian (Nirmayanthi 2023).

Lingkungan eksternal organisasi meliputi faktor ekonomi, politik, sosial, teknologi, dan persaingan industri. Analisis terhadap faktor-faktor tersebut memungkinkan organisasi mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dapat memengaruhi kinerja (Ramadani et al., 2024). Sementara itu, analisis lingkungan internal berfokus pada sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi inti yang dimiliki organisasi. Perumusan strategi bertujuan menentukan arah dan pilihan strategis



organisasi, baik pada tingkat korporasi, bisnis unit, maupun fungsional. Strategi yang dirumuskan harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keunggulan ini dapat dicapai melalui diferensiasi, kepemimpinan biaya, atau fokus pada segmen pasar tertentu (Shobirin et al. 2023).

Implementasi strategi merupakan tahap kritis yang menentukan keberhasilan strategi. Tahap ini melibatkan pengalokasian sumber daya, pengembangan struktur organisasi, serta penyelarasan budaya dan sistem pengendalian. Banyak strategi yang gagal bukan karena perumusannya, melainkan karena lemahnya implementasi. Evaluasi dan pengendalian strategi dilakukan untuk memastikan bahwa strategi yang dijalankan tetap relevan dengan perubahan lingkungan. Proses ini memungkinkan organisasi melakukan penyesuaian strategis secara tepat waktu guna menjaga kinerja dan keberlanjutan (Agusnawati et al., 2024).

Manajemen Strategi Islami

Manajemen strategi Islami merupakan pendekatan strategis yang berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti tauhid, amanah, keadilan, dan ihsan. Pendekatan ini menempatkan Allah SWT sebagai pusat orientasi aktivitas organisasi, sehingga setiap keputusan strategis harus dipertanggungjawabkan tidak hanya secara duniawi, tetapi juga ukhrawi. Konsep falah menjadi tujuan utama dalam manajemen strategi Islami. Falah mencerminkan keberhasilan yang mencakup dimensi material dan spiritual. Oleh karena itu, organisasi Islam dituntut untuk menyeimbangkan pencapaian kinerja ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan moral (Nur et al., 2024).

Maqashid syariah berperan sebagai kerangka normatif dalam perumusan dan evaluasi strategi. Lima tujuan utama maqashid syariah perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta menjadi indikator keberhasilan strategi dari perspektif Islam. Strategi yang bertentangan dengan maqashid syariah dianggap tidak sah meskipun menguntungkan secara finansial. Dalam praktik organisasi, manajemen strategi Islami mendorong pengambilan keputusan yang etis, transparan, dan berkeadilan. Prinsip syura (musyawarah) dan amanah menjadi dasar dalam proses pengambilan keputusan strategis (Adesty 2025).

Hal ini menciptakan tata kelola organisasi yang lebih inklusif dan berorientasi pada kemaslahatan bersama. Dengan demikian, manajemen strategi Islami tidak menolak konsep manajemen modern, tetapi mengintegrasikannya dengan nilai-nilai Islam. Integrasi ini menghasilkan pendekatan strategis yang komprehensif dan berkelanjutan.

Strategi Bisnis Unit dalam Perbankan Syariah

Strategi bisnis unit berfokus pada bagaimana suatu unit bisnis bersaing dalam industri tertentu dan menciptakan nilai bagi pelanggan. Dalam perbankan syariah, strategi bisnis unit harus dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik pasar, kebutuhan nasabah, serta kepuasan terhadap prinsip syariah. Produk dan layanan perbankan syariah dikembangkan berdasarkan akad-akad syariah, seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, dan ijarah. Strategi bisnis unit harus mampu mengoptimalkan penggunaan akad tersebut untuk menciptakan nilai tambah dan diferensiasi produk (Puspa, 2023).

Segmentasi pasar menjadi elemen penting dalam strategi bisnis unit perbankan syariah. Bank syariah umumnya menargetkan segmen ritel, UMKM, dan korporasi yang memiliki preferensi terhadap produk halal dan sistem keuangan berbasis nilai Islam. Selain diferensiasi produk, strategi



bisnis unit juga mencakup penguatan kualitas layanan dan inovasi digital. Digitalisasi menjadi sarana untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pengalaman nasabah (Rahmawati et al., 2025).

Dengan demikian, strategi bisnis unit dalam perbankan syariah merupakan kombinasi antara keunggulan kompetitif dan kepatuhan syariah. Keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada kemampuan bank dalam mengintegrasikan aspek bisnis dan nilai-nilai Islam secara konsisten.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur dan analisis konseptual. Data diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan tahunan BSI, serta dokumen kebijakan yang relevan dengan manajemen strategi dan perbankan syariah. Analisis dilakukan dengan mengaitkan konsep manajemen strategi Islami dengan praktik strategi bisnis unit yang diterapkan oleh BSI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Bisnis Unit Bank Syariah Indonesia

Strategi bisnis unit Bank Syariah Indonesia (BSI) dirancang untuk menjawab tantangan industri perbankan syariah yang semakin kompetitif sekaligus menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Pada level bisnis unit, BSI memfokuskan strateginya pada penguatan segmen utama, yaitu ritel, UMKM, dan korporasi syariah. Segmentasi ini mencerminkan upaya BSI dalam mengoptimalkan potensi pasar domestik yang besar serta mendukung agenda nasional penguatan ekonomi syariah (Fitri et al., 2025).

Dari perspektif manajemen strategi Islami, strategi bisnis unit BSI tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan aset dan laba, tetapi juga diarahkan pada penciptaan nilai (value creation) yang selaras dengan maqashid syariah. Hal ini terlihat dari penekanan BSI pada pembiayaan sektor produktif, khususnya UMKM halal, yang berkontribusi terhadap pemerataan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Febriani 2025).

BSI juga menerapkan strategi diferensiasi berbasis nilai syariah melalui pengembangan produk dan layanan yang menekankan aspek keadilan, transparansi, dan kemitraan. Penggunaan akad-akad syariah seperti musyarakah dan mudharabah menjadi instrumen strategis untuk membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah sebagai mitra usaha, bukan sekadar hubungan kreditur-debitur (Dhana et al., 2025).

Analisis lingkungan eksternal menunjukkan bahwa peluang utama BSI berasal dari meningkatnya kesadaran halal lifestyle dan dukungan regulasi terhadap ekonomi syariah. Namun demikian, ancaman juga muncul dari persaingan ketat dengan bank konvensional, unit usaha syariah, serta perusahaan fintech. Kondisi ini menuntut BSI untuk terus menyempurnakan strategi bisnis unitnya agar tetap relevan dan kompetitif (Hidayat et al., n.d.).

Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa strategi bisnis unit BSI telah dirancang secara komprehensif dengan mengintegrasikan pendekatan manajemen strategi modern dan nilai-nilai Islami. Integrasi ini menjadi fondasi penting dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.



Implementasi Strategi Bisnis Unit dalam Kerangka Manajemen Strategi Islami

Implementasi strategi bisnis unit di BSI diwujudkan melalui berbagai program operasional dan kebijakan manajerial yang terstruktur. Salah satu fokus utama implementasi adalah transformasi digital yang bertujuan meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan kepada nasabah. Digitalisasi ini tidak hanya dipandang sebagai alat teknologi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperluas akses layanan keuangan syariah (Gusvita et al., 2023).

Dalam kerangka manajemen strategi Islami, implementasi strategi di BSI menekankan prinsip amanah dan profesionalisme. Hal ini tercermin dari upaya penguatan tata kelola perusahaan (good corporate governance) yang sejalan dengan prinsip syariah. Pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) menjadi elemen kunci dalam memastikan seluruh aktivitas bisnis tetap sesuai dengan ketentuan syariah (Umairah et al., 2025).

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) juga menjadi bagian integral dari implementasi strategi bisnis unit. BSI secara bertahap melakukan peningkatan kompetensi pegawai melalui pelatihan perbankan syariah dan internalisasi nilai-nilai budaya kerja Islami. SDM yang kompeten dan berintegritas dipandang sebagai aset strategis dalam mendukung keberhasilan implementasi strategi (Syariah, 2025).

Selain itu, BSI mengimplementasikan strategi bisnis unit melalui penguatan ekosistem halal, termasuk kerja sama dengan pelaku industri halal, lembaga zakat, dan wakaf. Sinergi ini mencerminkan pendekatan strategis yang holistik dan selaras dengan tujuan maqashid syariah, khususnya dalam aspek perlindungan harta dan kemaslahatan umat. Hasil implementasi strategi menunjukkan bahwa BSI mampu meningkatkan penetrasi pasar dan memperluas basis nasabah. Meskipun demikian, efektivitas implementasi strategi masih memerlukan penguatan berkelanjutan agar selaras antara perencanaan strategis dan realisasi di lapangan (Sari et al., 2025).

Tantangan dan Implikasi Strategis

Tantangan utama dalam implementasi strategi bisnis unit BSI adalah integrasi budaya organisasi pasca-merger. Perbedaan budaya kerja, sistem, dan prosedur dari bank-bank asal memerlukan proses penyesuaian yang tidak singkat. Tantangan ini berpotensi memengaruhi efektivitas implementasi strategi apabila tidak dikelola secara sistematis. Selain tantangan internal, BSI juga menghadapi tantangan eksternal berupa rendahnya literasi keuangan syariah di sebagian masyarakat. Kondisi ini berdampak pada pemahaman nasabah terhadap produk dan layanan syariah, sehingga memerlukan strategi edukasi yang berkelanjutan dan terintegrasi (Jaharuddin et al., 2024).

Persaingan dengan bank konvensional dan fintech menjadi tantangan strategis lainnya. Bank konvensional memiliki keunggulan dari sisi skala dan teknologi, sementara fintech unggul dalam inovasi dan kecepatan layanan. BSI dituntut untuk mengombinasikan kekuatan institusionalnya dengan inovasi berbasis teknologi yang tetap patuh syariah (Azizah Ulfa et al., 2025).

Dari perspektif manajemen strategi Islami, tantangan-tantangan tersebut harus direspon dengan pendekatan yang etis dan berorientasi pada kemaslahatan jangka panjang. Strategi jangka pendek yang hanya berfokus pada profit berpotensi mengabaikan nilai-nilai syariah dan merusak kepercayaan publik. Implikasi strategis dari temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi bisnis unit BSI sangat bergantung pada konsistensi integrasi nilai-nilai Islami dalam seluruh proses



manajerial. Penguatan maqashid syariah sebagai kerangka evaluasi strategi menjadi langkah penting untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing BSI di masa depan (Aulianisa et al., 2025).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis unit Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam kerangka manajemen strategi Islami telah dirancang dan diimplementasikan secara relatif komprehensif dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip manajemen strategis modern dan nilai-nilai syariah. Strategi yang berfokus pada segmentasi ritel, UMKM, dan korporasi syariah mencerminkan upaya BSI dalam memaksimalkan potensi pasar sekaligus mendukung penguatan ekonomi syariah nasional.

Dari sisi implementasi, BSI telah melakukan berbagai langkah strategis melalui transformasi digital, penguatan tata kelola berbasis syariah, pengembangan sumber daya manusia, serta pembangunan ekosistem halal. Implementasi ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islami seperti amanah, keadilan, dan kemaslahatan tidak hanya bersifat normatif, tetapi telah diterjemahkan ke dalam kebijakan dan praktik operasional bank.

Namun demikian, hasil pembahasan juga mengidentifikasi sejumlah tantangan strategis, baik internal maupun eksternal. Tantangan integrasi budaya organisasi pasca-merger, rendahnya literasi keuangan syariah, serta intensitas persaingan dengan bank konvensional dan fintech menuntut BSI untuk terus melakukan penyesuaian dan inovasi strategis yang berkelanjutan.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada analisis strategi bisnis unit BSI yang secara eksplisit dikaji menggunakan kerangka manajemen strategi Islami dengan pendekatan maqashid syariah sebagai alat analisis utama. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung menitikberatkan pada kinerja keuangan atau kepatuhan syariah secara parsial, penelitian ini menempatkan strategi bisnis unit sebagai titik temu antara tujuan bisnis dan tujuan syariah secara holistik.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur manajemen strategi Islami dengan memperkuat posisi maqashid syariah sebagai kerangka evaluasi strategi bisnis unit. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi manajemen BSI dan bank syariah lainnya dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi yang berorientasi pada keunggulan kompetitif sekaligus kemaslahatan jangka panjang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian empiris dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods guna memperkaya validitas temuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adesty, Revasyah. 2025. "Maqashid Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Konsep , Peran , Dan Implementasi." 3(6):274–84.
- Agusnawati, Reska, Naldi Wiradana, and Ahmad Muktamar. 2024. "Efektivitas Evaluasi Strategi Dalam Manajemen Pengendalian Mutu Organisasi." 2:87–105.
- Albar, Akmal Syawqi, and Dedy Rachmad. 2025. "Strategi Manajemen Islami Untuk Keberlanjutan BMT Di Era Digital : Studi Literatur." 9(4):638–57.
- Dhana, Galang Widya. 2025. "MAKSIMALISASI LABA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM: STUDI ANALISIS PADA PRAKTIK OPERASIONAL BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)." 3(4):450–64.



- Febriani, Eli. 2025. "ARAH STRATEGI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH DI INDONESIA : TINJAUAN MODEL TEORITIS DAN APLIKASI Pendahuluan."
- Gusvita, Aulia, and Syifaus Salwa. 2023. "MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PENABUNG PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)." 4(1):27–38.
- Hidayat, Anwar Ihsan, Jefik Zulfikar Hafidz, and Zahra Septiani. n.d. "PERAN PERBANKAN SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL DI INDONESIA : STUDI RISET KANTOR CABANG BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DR . CIPTO." 35–46.
- Ilmu, Jurnal, and Pengetahuan Naratif. 2025. "STRATEGI PENGEMBANGAN BANK SYARIAH DI SULAWESI." 06(1):116–33.
- Islam, Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi, and Universitas Muhammadiyah Jakarta. 2024. "Penerapan Pengelolaan Organisasi Dalam Bank Syariah." 3(5):3503–26.
- Manajemen, Jurnal, and Bisnis Syariah. 2025. "At Tajir." 2(2):207–21.
- Nirmayanthi, Andi. 2023. "Implementasi Manajemen Strategik Berbasis Sekolah." 2(3):1–10.
- Nur, Muhammad, and Jamaluddin Al. 2024. "Peran Strategis Manajemen Dalam Pengembangan Dan Implementasi Pendidikan Islam : Pendekatan Dan Tantangan." 2(6).
- Puspa, Chairunnisa Dian. 2023. "DIGITAL FINTECH TERHADAP PELAYANAN NASABAH." 3(1).
- Rahmawati, Dewi Nur, and Muhammad Iqbal Fasa. 2025. "DAYA SAING UMKM SYARIAH BANK MARKETING STRATEGY TO IMPROVE UMKM." (April):7433–41.
- Ramadani, Tri Fenny, Annisa Marcellah, and Ahmad Muktamar. 2024. "Eksplorasi Konsep Dan Model Kepemimpinan Dalam Manajemen Strategik." 2:243–64.
- Rofiullah, Ahmad Hendra. 2024. "Analisis Implementasi Prinsip Syariah Dalam Transaksi Ekomoni Modern." *Lex Economica Journal* 2(2):127.
- Saputra, Riki, and Muhammad Iqbal Fasa. 2024. "Perkembangan Perbankan Syariah Di Negara Islam Development Of Shariah Banking In Islamic." *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara* 1(5):8086–98. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.
- Shobirin, Mochammad Syafiuddin, Agus Zaenul Fitri, Fakultas Pertanian, Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam, Negeri Sayyid, Ali Rahmatullah, Manajemen Pendidikan Islam, Informasi Artikel, Perumusan Strategi, Peningkatan Mutu, Mochammad Syafiuddin Shobirin, and Jurnal Education. 2023. "Memilih Formulasi Strategi Terbaik . Untuk Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan." 11(2):190–95. doi:10.37081/ed.v11i2.4652.
- Syariah, Kajian Ekonomi. 2025. "Jurnal At-Tamwil." 07(01):134–49.
- Umairah, Zarah, and Zulfadli Yusuf. 2025. "Peran Strategis Internal Audit Dalam Meningkatkan Tata Kelola Perusahaan : Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Perbankan." 1(1):22–32.
- Wahyuningrum, Sinta Widya, Mezaluna Chlesia Nabila, Muhamad Naswa Rizki, Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Tidar, Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Tidar, Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, and Universitas Tidar. 2025. "Implementasi Ekonomi Syariah Dalam Sistem Keuangan Modern: Tantangan, Peluang, Dan Dampaknya Di Era Digital." 07(03):130–49.