

DAFTAR PUSTAKA

- (LSPP), I. B. (2018). *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. PT Gramedia.
- Adhitya Wulanata, I. (2017). Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 133–144.
- Afandi, D. R., & Maha, M. P. (2020). Pengembangan Kinerja UKM: Penggunaan Platform Digital dengan Kemampuan Jaringan dan Ambidexterity. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 93. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.432>
- Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>
- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo.
- Ali, H., Abdullah, R., & Zaki Zaini, M. (2019). Fintech and Its Potential Impact on Islamic Banking and Finance Industry: A Case Study of Brunei Darussalam and Malaysia. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 2(1). <https://doi.org/10.18196/ijief.2116>
- Ana, D. E., Zunaidi, A., Agama, I., Negeri, I., & Kediri, I. (2022). *Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19*. 1(1), 167–188.
- Annadafah, A., & Hastriana, A. Z. (2022). Penggunaan Digital Marketing di PT Bank Syariah Indonesia dengan Pendekatan Search Engine Optimization (SEO). *Alkasb: Journal of Islamic ...*, 1, 90–106.
- Anoraga, P. (2012). *manajemen bisnis*. Rineka Cipta.
- Apriyanti, H. W. (2019). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 7(1), 16. <https://doi.org/10.26714/mki.7.1.2017.16-23>
- Aripin, N. T., Fatwa, N., & Hannase, M. (2022). Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 29–45. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9362](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9362)
- Asmoro, W. P. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MARKET SHARE BANK SYARIAH DI INDONESIA. In *Skripsi. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH*.
- Azizah, S. N. (2021). *Politik Hukum Perbankan Syariah Indonesia Melalui Merger dan Digitalisasi Perbankan Syariah*. 618(Ijcah), 722–728.
- Baidhowi, B. (2018). *Sharia Banking Opportunities and Challenges in the Digital Era*. 192(Icils), 157–161. <https://doi.org/10.2991/icils-18.2018.30>
- Batunanggar, S. (2019). Fintech Development and Asian Development Bank Institute. *ADB Working Paper Series FINTECH*, 1014(1014), 1–12.

- Bharadwaj, A., Sawy, O. A. El, Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). DIGITAL BUSINESS STRATEGY: TOWARD A NEXT GENERATION OF INSIGHTS. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482. <https://doi.org/10.1615/TelecomRadEng.v76.i10.20>
- BPS. (2021). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020 (Telecommunication Statistics in Indonesia 2020)*.
- Cahyani, A. A. (2019). Perencanaan Strategi Digital Pengelolaan SI/TI di PT. Nusa Ina Leisure Indonesia Specialist. In *Skripsi*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Dewi Komala Sari, Alshaf Pebrianggara, M. O. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*. Umsida Press. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Diener, F., & Špaček, M. (2021). Digital transformation in banking: A managerial perspective on barriers to change. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su13042032>
- Ervina, M., Djuanda, G., Silalahi, I. V., Kerti Yasa, N. N., Rahmayanti, P. L. D., Tasrim, & Aditya, W. (2021). Analisis Strategik. In H. F. Ningrum (Ed.), *Manajemen strategik* (Nomor 7). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Faiz, A. M. (2019). *PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN MARKET SHARE BANK SYARIAH (Studi Empiris di Bank Syariah Mandiri)*.
- Fathurrahman, A., & Asriyanti, A. M. (2022). Determinan Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia (Pendekatan Error Correction Model). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(30), 638–659.
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. CV Budi Utama.
- Fuadah, N., & Hakimi, F. (2020). Financial Performance Dan Market Share Pada Bank Umum Syariah Devisa Indonesia: Perspektif Teori Stakeholder. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), 180–186. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3656>
- Haris, M. (2020). Synergy Bank Syariah and Financial Technology in Development of Micro, Small and Medium Businesses in Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 10(1). <https://doi.org/10.22219/jrak.v10i1.11258>
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing : (Dasar –Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Gosyen Publishing.
- Hidayat, A. R., & Trisanty, A. (2020). Analisis Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *At-Taqaddum*, 12(2), 183–200. <https://doi.org/10.21580/at.v12i2.6449>
- Hidayatullah, S. K., & Puryandani, S. (2022). *LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN LOCUS OF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MODERASI* Suryakusuma Kholid Hidayatullah, Siti Puryandani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng. 20(1), 1–9.
- Holotiuk, F., & Beimborn, D. (2017). Critical Success Factors of Digital Business

- Strategy. *13th International Conference on Wirtschaftsinformatik*, 991–1005.
- Husna, F. (2020). Wajah Ekonomi 4.0: Perbankan Syari'ah Digital, Peningkatan Daya Saing Dan Strategi Dakwah Islam. *Jurnal Kajian manajemen dakwah*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1.Wajah>
- Imam Pamungkas Walton, & Nurmandi, A. (2021). Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19. *GOVERNABILITAS (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)*, 2(2), 154–168. <https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117>
- Inayati, T., Evianah, & Prasetya, H. (2018). Perumusan Strategi dengan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu di Mojokerto, Jawa Timur). *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3*, 217–231.
- Jannah, R. (2019). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAHDALAM MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL BANKINGDENGAN MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG BANDAACEH*. 5–10.
- Jas, W. S., Maarif, M. S., Syaikat, Y., & Beik, I. S. (2023). Implementasi Model Manajemen Perubahan Strategis Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 163–175. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.163>
- John E. Hall. (2006). Guyton and Hall Textbook of Medical Physiology. In *Elsevier* (Vol. 17, Nomor 1).
- Kadarisman, H., Kholil, K., & ... (2018). Digital Era Marketing Strategy Analysis of Syariah Banking in Indonesia, Study on E-Word-of-Mouth Relation To Purchase *Jurnal Sains Terapan ...*, 3(2), 199–217.
- Karyani, E., Geraldina, I., & Haque, M. G. (2021). Transformasi Digital Dan Industri Halal: Studi Kasus Pada Produsen Besar dan UMKM. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 139–148.
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 1–443.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Kunaifi, A., Ali Said, A., & Mawardi, A. (2022). Analisis Peluang Bank Syariah Indonesia (Bsi) Menjadi Top 5 Bank Di Indonesia Berdasarkan Kekuatan Aset Dan Visi Misi. *Jurnal Ngejha*, 2(1), 219–235. <https://doi.org/10.32806/ngejha.v2i1.198>
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec.

- Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921.
<https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.250>
- M. Nur, R. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. ALFABETA.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14.
<https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- Mas'ud, R., Ibnu, L. R., Azizurrohman, M., Aminy, M. M., Suhirman, G., & Yusup, M. (2022). E-Channel strategy of Bank NTB Syariah in improving service productivity during the COVID-19 pandemic. *International journal of health sciences*, 6(April), 797–816. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns6.10485>
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
<https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Miswan Ansori. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 32–45.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja.
- Muchlis, M. (2021). Persepsi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 7(03), 1793–1798.
- Muhammad, H., & Sari, N. P. (2020). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perbankan Syariah: Pendekatan ANP-BOCR (The Influence of Financial Technology on Islamic Banking: ANP-BOCR Approach). *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 4(2), 113–125.
<https://doi.org/10.21070/perisai.v4i2.868>
- Musnaini. (2020). *Digital Marketing* (ISBN : 978). CV. Pena Persada.
- Nadia, S., Ibrahim, A., & Jalilah, J. (2019). Analisis Hambatan Pertumbuhan Perbankan Syariah Di Indonesia (Kajian Terhadap Perbankan Syariah Di Aceh). *JIHbiz: Global Journal Of Islamic Banking And Finance*, 1(2), 153.
<https://doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8575>
- Nasuha, A. (2020). Analysis of Financial Performance Affecting Market Share of Sharia Banking in Indonesia. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 8(1), 32–36.
- Nugraha, A. E. P., Murniawati, I., & Riyanto, R. (2019). Kajian Strategis Bisnis Syariah Di Indonesia. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 5(1), 53–63.
<https://doi.org/10.19109/https://doi.org/10.19109/ieconomics.v5i1.3274>
- Nur, F. R. (2021). *No Title*. Bisniska.com.
- Primadona, Y., & Rafiqi, Y. (2019). Analisis Swot Pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Madina Purbaratu Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 49–60. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.802>
- Putri, M. J., & Isnandar, F. R. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Pada PT. BPRS Artha Madani. *Journal of*

- Islamic Economics and Finance*, 1(1), 68–83.
<https://doi.org/10.33558/attamwil.v1i1.5664>
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1).
<https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19356>
- Rafael, U. G., Posumah, J. H., & Plangiten, N. (2018). Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Dalam Mengoptimalkan Fungsi Badan Usaha Milik Desa. Di Desa Guaan Kecamatan Moat Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(50), 1–8.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT Teknik Memnedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*No Title. Deepublish.
- Rifai, A. A. (2020). Kontribusi Peningkatan Strategi MSDM Meningkatkan Kualitas Kerja Organisasi Untuk Mencapai Target Keunggulan Bersaing Antar Perusahaan. *Jurnal Ekonomedia*, 09(01), 101–112.
- Rosari, R., Cakranegara, P. A., Pratiwi, R., Kamal, I., & Sari, C. I. (2022). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengelolaan Keuangan BUMDES di Era Digitalisasi. *Owner*, 6(3), 2921–2930.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.870>
- Santoso, I. R., Canon, S., & Pakaya, A. R. (2019). The Role of Islamic Financial Institutions in Supporting Economic Growth in the Digital Era : Case Study in Indonesia. *Proceeding of the first internasional conference on islamic development Studies*. <https://doi.org/10.4108/eai.10-9-2019.2289380>
- Saputra, A., Papilo, P., & Marizal, M. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital dan Duta Merek Terhadap Kesadaran Merek PT ABC Regional Riau. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Komunikasi dan Industri*, 0(0), 462.
- Shadeni, E. Al, & NR, E. (2022). Pengaruh Market Share dan Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(2), 363–376. <https://doi.org/10.24036/jea.v4i2.531>
- Soedjono, S. (2022). Transformasi Digital Manajemen Pendidikan. *Media Penelitian Pendidikan: Jurnal Penelitian ...*, 16(1), 103–107.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sukma, Y. A. A. dkk. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia (Strategi dan Sektor Potensial)*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan PengembanganSDM Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Sulisytawati, A. I., Santoso, A., & Ulfa, A. (2021). Bisnis Bank Syariah : Telisik Faktor Pengaruh Profit Distribution Management. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 311. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1717>
- Sumarni, M. (2022). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KOTA LANGSA. *IHTIYATH Jurnal Manajemen*

Keuangan Syariah, 6(2), 121–136.

- Suryadi, N., Mayliza, R., & Ritonga, I. (2020). Pengaruh Inflasi, Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Operasional (Bopo), Dan Pangsa Pasar Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Priode 2012-2018. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(1), 1–10. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(1\).4724](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(1).4724)
- Syaifuddin, D. T. (2019). *Efisiensi dan Kinerja Bank (Aplikasi Teori Hubungan Struktural)*. December, 1–91.
- Tahliani, H. (2020). Tantangan perbankan Syariah Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Madani Syariah*, 3(2), 92–113.
- Tarigan, H. A. A. B., & Paulus, D. H. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Atas Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 294–307. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.294-307>
- Trimulato, Supriadi, Mustamin, A., Umar, S. H., & Ningsih, S. (2021). Strategi Bisnis Bank Syariah di Masa pandemi Covid-19 pada PT. Bank Panin Dubai Syariah Cabang Makassar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1293–1305. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2908DOI:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2908>
- Tuesto, D. A., & Cuesta, C. (2021). *The Digital Transformation of the Banking Industry: Case of Caixa Geral de Depósitos*. July, 1–10.
- Ujang Sumarwan, A. F. (2012). *Pemasaran Startegik: Perspektif ValueBased Marketing dan Pengukuran Kinerja*. Bogor: IPB Press.
- Wahiddin, D., Nurdiansyah, M. F., Informatika, T., Buana, U., & Karawang, P. (2021). *Pemanfaatan Platform Digital Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)*. 12, 1343–1349.
- Ward, J., & Peppard, J. (2016). Strategic planning for an information system. In *Medinfo. MEDINFO: Vol. 8 Pt 2*. John Wiley & Sons Ltd. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90122-k](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90122-k)
- Wibawa, A. E. Y. (2021). Implementasi Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Daring Di Mi Muhammadiyah Pk Kartasura Pada Masa Pandemi Covid-19. *Berajah Journal*, 1(2), 76–84. <https://doi.org/10.47353/bj.v1i2.15>
- Wibawa, A. E. yuda. (2021). Implementasi Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Daring Di MI Muhammadiyah PK Kartasura Pada Masa Pandemi Covid-19. *Berajah Journal*, 0, 76–84.
- Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis : jangan buat strategi bisnis sebelum baca buku ini*. Quadrant.
- Winasis, S., & Riyanto, S. (2020). Transformasi Digital di Industri Perbankan Indonesia : Impak pada Stress Kerja Karyawan. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(1), 55–64. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i1.3162>