



Peran Penting E-Business dan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Pemasaran di Bank Syariah

Tiara Adelia Putri¹, Muhammad Iqbal Fasa²

^{1,2}Prodi Perbank Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Kota Bandar Lampung, Indonesia

Email: ¹tiaraadeliaputri2801@gmail.com

Informasi Artikel

Submitted : 14-01-2025

Accepted : 15-02-2025

Published : 20-02-2025

Keywords:

E-Business

E-Commerce

Islamic Banking

Digital Marketing

Financial Technology

Abstract

The development of digital technology has driven the transformation of Islamic banking, where e-business and e-commerce have become the main strategies in increasing marketing competitiveness. E-business integrates technology into bank operations, increases service efficiency, expands customer reach, and creates a more competitive banking ecosystem. In marketing, data-based digital strategies enable more specific customer segmentation and increase customer engagement. Meanwhile, e-commerce facilitates digital services such as mobile banking, online payments, and technology-based Islamic financing, which increase transparency and transaction security. Other advantages include expanding market reach, support for MSMEs, and the use of blockchain technology, smart contracts, AI, and big data analytics in increasing efficiency and personalization of services. However, challenges such as uneven digital infrastructure, low digital literacy, and evolving regulations need to be overcome. However, Islamic-based fintech and digital payment innovations open up great opportunities for Islamic banks to continue to grow and compete globally. Therefore, adaptive strategies and collaboration with the technology industry are needed to strengthen the competitiveness of Islamic banks.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi perbankan syariah, di mana e-business dan ecommerce menjadi strategi utama dalam meningkatkan daya saing pemasaran. E-business mengintegrasikan teknologi dalam operasional bank, meningkatkan efisiensi layanan, memperluas jangkauan nasabah, dan menciptakan ekosistem perbankan yang lebih kompetitif. Dalam pemasaran, strategi digital berbasis data memungkinkan segmentasi nasabah yang lebih spesifik serta meningkatkan keterlibatan pelanggan. Sementara itu, e-commerce memfasilitasi layanan digital seperti mobile banking, pembayaran online, dan pembiayaan syariah berbasis teknologi, yang meningkatkan transparansi dan keamanan transaksi. Keunggulan lainnya meliputi perluasan jangkauan pasar, dukungan bagi UMKM, serta pemanfaatan teknologi blockchain, smart contracts, AI, dan big data analytics dalam meningkatkan efisiensi serta personalisasi layanan. Namun, tantangan seperti infrastruktur digital yang belum merata, literasi digital rendah, dan regulasi yang berkembang perlu diatasi. Meski demikian, fintech berbasis syariah dan inovasi pembayaran digital membuka peluang besar bagi bank syariah untuk terus berkembang dan bersaing secara global. Oleh karena itu, diperlukan strategi adaptif serta kolaborasi dengan industri teknologi guna memperkuat daya saing bank syariah.

Kata Kunci: E-Business, E-Commerce, Bank Syariah, Pemasaran Digital, Teknologi Finansial.

1. PENDAHULUAN

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12 Tahun 2023 tentang layanan digital banking memberikan landasan hukum yang kuat bagi bank syariah untuk mengembangkan layanan digitalnya. Regulasi ini menekankan pentingnya inovasi teknologi dalam meningkatkan inklusi keuangan serta memperkuat tata kelola perbankan berbasis syariah. Dengan adanya regulasi ini, bank syariah memiliki peluang lebih besar untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka melalui pemanfaatan e-business dan e-commerce yang lebih luas dan terpadu.

Perkembangan digitalisasi membuka peluang baru bagi pemasar untuk mencapai audiens yang lebih luas melalui berbagai platform online, termasuk web, media sosial, email, mesin pencari, dan aplikasi mobile. Melalui data dan analitik dari interaksi online, pemasar dapat memahami perilaku konsumen dengan lebih baik. Digitalisasi telah mendorong perubahan dinamis dalam perilaku konsumen, sehingga perusahaan harus terus berinovasi agar tetap relevan.

Dalam beberapa dekade terakhir, dunia bisnis telah mengalami transformasi yang signifikan akibat pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, termasuk sektor perbankan syariah. Salah satu aspek penting dari transformasi ini adalah penerapan e-business dan e-commerce dalam meningkatkan daya saing pemasaran di bank syariah. E-business memungkinkan bank syariah untuk memperluas jangkauan layanan serta meningkatkan efisiensi operasional. Implementasi teknologi digital dalam perbankan syariah juga berperan dalam mendukung konsep green banking yang berkelanjutan. Selain itu, e-commerce memberikan peluang bagi bank syariah untuk memperluas pasar melalui transaksi online yang lebih aman dan efisien.

Dengan segala kemudahan yang ada di dalamnya, teknologi digital bukan hanya digunakan oleh golongan muda saja akan tetapi disegala rentang usia. Keberadaan teknologi digital dalam kehidupan manusia tidak dapat dihindari, namun harus mampu menyikapinya secara tepat dan benar. Teknologi digital dengan pengguna mayoritas remaja, dan remaja tidak dapat dipisahkan dari dunia internet, perlu mendapat perhatian yang lebih intensif dari orangtua maupun pemerintah. Kemajuan teknologi dan internet bukan hanya saja digunakan sebagai sarana hiburan saja tetapi lebih dari itu.

Dalam konteks globalisasi, e-business telah menjadi elemen kunci dalam persaingan bisnis modern, termasuk dalam industri perbankan syariah. Konsep e-business mencakup berbagai aspek, mulai dari digitalisasi layanan hingga optimalisasi strategi pemasaran berbasis teknologi. Bank syariah yang menerapkan strategi e-business dan e-commerce dapat meningkatkan daya saingnya dengan menyediakan layanan yang lebih cepat, aman, dan berbasis kebutuhan nasabah. Selain itu, perkembangan e-commerce di sektor perbankan syariah juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi digital yang inklusif.

Disamping itu industri perbankan yang cenderung bersifat global juga menyebabkan persaingan antar bank menjadi lebih ketat sehingga bank-bank syariah harus mampu beroperasi secara lebih efisien dengan memanfaatkan teknologi informasi. Salah satu kemajuan dari revolusi tersebut dengan munculnya arus perkembangan E-Commerce. E-Commerce sendiri merupakan aktivitas bisnis dengan perantara online platform yang memiliki kelebihan efektif dan efisien bagi pemula dikarenakan dengan mudah belajar dan mengerti cara penjualan melalui website ataupun toko online atau E-Commerce ini diartikan sebagai pembelian, penjualan, dan pemasaran barang atau jasa melalui sistem elektronik.

Penggunaan e-business dan e-commerce dalam bank syariah tidak hanya berdampak pada peningkatan efisiensi transaksi, tetapi juga memberikan manfaat dalam aspek kepuasan nasabah dan inovasi layanan perbankan. Studi yang dilakukan oleh Rahmadhani et al (2021) menunjukkan bahwa strategi e-business dapat meningkatkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan, termasuk dalam industri perbankan syariah. Dengan adanya digitalisasi layanan, bank syariah dapat meningkatkan aksesibilitas produk dan layanan keuangan bagi masyarakat luas. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga memungkinkan perbankan syariah untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dengan pendekatan yang lebih personal dan berbasis data.

Penerapan e-business dan e-commerce dalam bank syariah juga perlu mempertimbangkan aspek etika bisnis Islam, yang menekankan pada keadilan dan transparansi dalam transaksi keuangan. Dalam perspektif ekonomi Islam, transaksi e-commerce harus menghindari unsur gharar

(ketidakpastian) dan riba (bunga) agar sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce juga menjadi aspek penting yang harus diperhatikan dalam perbankan syariah. Dengan demikian, penerapan e-business dan e-commerce di bank syariah harus tetap berlandaskan pada nilai-nilai Islam agar dapat memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat.

Dalam era digitalisasi ini, bank syariah harus mampu mengadopsi teknologi e-business dan e-commerce sebagai strategi utama dalam menghadapi persaingan global. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi transaksi serta memberikan peluang baru bagi sektor perbankan syariah untuk terus berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran penting e-business dan e-commerce dalam meningkatkan daya saing pemasaran di bank syariah serta implikasinya terhadap pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Metode ini dipilih untuk menggambarkan fenomena peran penting e-business dan e-commerce dalam meningkatkan daya saing pemasaran di bank indonesia. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku, artikel ilmiah dan jurnal. Sumber sumber tersebut diperoleh melalui google scholar dan perpustakaan, guna memastikan validitas dan relevansi data yang digunakan.

Secara Umum Studi Literatur adalah cara untuk menyelesaikan persoalan dengan menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Dengan kata lain, istilah Studi Literatur ini juga sangat familier dengan sebutan studi pustaka. Dalam sebuah penelitian yang hendak dijalankan, tentu saja seorang peneliti harus memiliki wawasan yang luas terkait objek yang akan diteliti. Jika tidak, maka dapat dipastikan dalam persentasi yang besar bahwa penelitian tersebut akan gagal. Studi kepustakaan dilakukan oleh setiap peneliti dengan tujuan utama yaitu mencari dasar pijakan / pondasi untuk memperoleh dan membangun landasan teori, kerangka berpikir, dan menentukandugaan sementara atau disebut juga dengan hipotesis penelitian.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui seleksi literatur berdasarkan kriteria tertentu, yaitu relevansi terhadap topik keandalan sumber, dan publikasi terkini. Analisis data dilakukan secara tematik dengan mengidentifikasi pola, hubungan dan implikasi yang relevan dalam konteks peran penting e-business dan e-commerce dalam meningkatkan daya saing pemasaran di bank indonesia. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengaitkan temuan dengan kerangka teoritis yang ada.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 Tahun 2023 menjelaskan bahwa layanan digital banking adalah layanan bank yang memberikan akses kepada nasabah dan calon nasabah terkait produk bank maupun produk atau layanan dari mitra bank yang dapat diakses secara mandiri oleh nasabah. Hal ini diharapkan dapat membantu kinerja perbankan dalam melayani nasabah secara lebih cepat, mudah dan sesuai kebutuhan. Dengan adanya layanan perbankan berbasis teknologi ini, nasabah tidak perlu datang ke kantor cabang terdekat ketika ingin membuka rekening, dengan fitur – fitur yang tersedia dalam digital banking memungkinkan nasabah untuk dapat membuka rekening secara mandiri dimanapun dan kapanpun nasabah inginkan. Tentunya kegiatan tersebut akan mendorong terciptanya model paperless dalam suatu perusahaan. Dokumen dalam pembukaan rekening secara online dapat diserahkan dalam bentuk soft file, sehingga hal ini akan meminimalisir penumpukan berkas dalam bentuk kertas.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap industri perbankan, termasuk perbankan syariah, dengan menghadirkan sistem yang lebih efisien dan inovatif. E-business memungkinkan bank syariah untuk mengintegrasikan teknologi dalam berbagai aspek operasional, seperti manajemen keuangan, pelayanan nasabah, dan strategi pemasaran. Melalui platform digital, bank dapat meningkatkan efisiensi layanan, mempercepat transaksi, serta memperluas jangkauan nasabah dengan lebih mudah dan fleksibel. Studi oleh Ahmed & Islam (2022) menunjukkan bahwa adopsi e-business dalam perbankan tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan, tetapi juga memperkuat daya saing dengan menciptakan ekosistem perbankan yang lebih kompetitif. Dengan sistem digital yang lebih terintegrasi, bank syariah dapat menghadirkan layanan yang lebih cepat, aman, dan sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, penerapan e-business menjadi langkah strategis yang krusial bagi bank syariah agar tetap relevan dan mampu bersaing dalam era digital.

Penerapan e-business dalam strategi pemasaran menjadi kunci bagi bank syariah dalam menarik dan mempertahankan nasabah di era digital. Dengan teknologi berbasis data, bank dapat memahami preferensi pelanggan dan menyusun kampanye pemasaran yang lebih personal serta efektif. Melalui berbagai saluran digital, seperti media sosial dan email marketing, bank dapat menjangkau target pasar lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode pemasaran tradisional. Menurut Khan et al. (2023), pemasaran digital berbasis data meningkatkan keterlibatan pelanggan dan membangun loyalitas terhadap produk perbankan syariah. Dengan kampanye yang lebih tersegmentasi, bank dapat memperkuat hubungan dengan nasabah, meningkatkan kepuasan mereka, serta memperkuat daya saing di industri perbankan. Oleh karena itu, e-business bukan hanya mendukung efisiensi pemasaran, tetapi juga menjadi strategi penting agar bank syariah tetap relevan di era digital.

E-commerce telah menjadi bagian penting dalam strategi pertumbuhan bank syariah, memungkinkan mereka beradaptasi dengan tren digital dan meningkatkan jangkauan layanan. Melalui e-commerce, bank syariah dapat menawarkan mobile banking, pembayaran online, serta pembiayaan syariah berbasis teknologi, memberikan kemudahan akses bagi nasabah dan pelaku usaha. Integrasi ini juga memastikan bahwa seluruh transaksi tetap sesuai dengan prinsip syariah, sekaligus meningkatkan efisiensi operasional bank. Menurut Abdullah & Karim (2022), adopsi e-commerce di bank syariah meningkatkan kepercayaan nasabah melalui transparansi dan keamanan transaksi. Teknologi enkripsi serta autentikasi ganda memastikan setiap transaksi aman, sementara informasi real-time terkait akad dan pembiayaan syariah memperkuat loyalitas nasabah. Dengan demikian, e-commerce tidak hanya mempercepat digitalisasi layanan perbankan syariah, tetapi juga menjadi faktor utama dalam memperkuat daya saing di era keuangan digital.

Keunggulan utama e-commerce dalam perbankan syariah adalah kemampuannya menjangkau lebih banyak segmen pasar, termasuk UMKM yang membutuhkan layanan keuangan berbasis syariah. Melalui platform digital, UMKM dapat dengan mudah mengakses pembiayaan, melakukan transaksi, dan memanfaatkan sistem pembayaran online yang lebih efisien. Integrasi ini tidak hanya mendukung pertumbuhan bisnis mereka, tetapi juga memperkuat ekosistem ekonomi syariah secara keseluruhan. Selain itu, penerapan teknologi blockchain dan smart contracts semakin meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam transaksi perbankan syariah. Blockchain memastikan pencatatan transaksi yang aman dan bebas manipulasi, sementara smart contracts mengotomatisasi kesepakatan tanpa risiko gharar (ketidakpastian). Dengan teknologi ini, bank syariah dapat menawarkan layanan keuangan yang lebih andal, efisien, dan sesuai dengan prinsip syariah, sekaligus meningkatkan daya saing di era digital.

Pemanfaatan e-business dan e-commerce dalam strategi pemasaran bank syariah menciptakan model bisnis yang lebih fleksibel dan inovatif. Dengan digitalisasi, bank syariah dapat menawarkan layanan keuangan yang lebih mudah diakses, seperti mobile banking dan sistem pembayaran online, serta menyusun strategi pemasaran berbasis data untuk menjangkau berbagai segmen nasabah. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya saing bank, tetapi juga memperkuat hubungan dengan nasabah melalui layanan yang lebih responsif dan efisien. Menurut Yusuf et al. (2023), digitalisasi perbankan syariah berkontribusi dalam meningkatkan inklusi keuangan dengan menjangkau masyarakat yang sebelumnya terbatas aksesnya terhadap layanan perbankan. Selain itu, digitalisasi mempercepat adopsi layanan keuangan syariah karena kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan. Dengan ekosistem keuangan yang lebih inklusif, bank syariah dapat memperkuat posisinya di pasar global dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis syariah secara berkelanjutan.

Penerapan e-business dalam perbankan syariah mendukung integrasi artificial intelligence (AI) dan big data analytics untuk memahami perilaku nasabah serta menawarkan layanan yang lebih personal. Dengan teknologi ini, bank dapat menganalisis preferensi pelanggan, memberikan rekomendasi produk yang relevan, serta meningkatkan keamanan transaksi melalui deteksi dini terhadap aktivitas mencurigakan. AI-driven chatbots dan sistem rekomendasi otomatis juga memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan efisien, sehingga meningkatkan pengalaman perbankan digital. Menurut Wahyuni et al. (2023), personalisasi layanan berbasis AI berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap bank syariah. Dengan layanan yang lebih proaktif dan sesuai kebutuhan, bank dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Oleh karena itu, integrasi AI dan big data dalam e-business tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat daya saing bank syariah di era digital.

Meskipun e-business dan e-commerce membawa banyak manfaat bagi bank syariah, tantangan seperti infrastruktur digital yang belum merata dan rendahnya literasi digital masih perlu diatasi. Keterbatasan akses internet di beberapa wilayah dapat menghambat adopsi layanan digital, sementara kurangnya pemahaman nasabah terhadap teknologi keuangan menuntut edukasi yang lebih intensif. Oleh karena itu, bank syariah perlu berkolaborasi dengan pemerintah dan penyedia teknologi untuk memperluas akses digital serta meningkatkan literasi keuangan syariah. Selain itu, aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah juga menjadi tantangan utama dalam digitalisasi perbankan syariah. Farooq et al. (2023) menyoroti bahwa memastikan setiap transaksi digital tetap sesuai dengan hukum Islam adalah kendala besar yang harus diatasi. Bank syariah harus mengembangkan produk digital yang bebas dari riba, gharar, dan maysir, serta mengikuti regulasi yang terus berkembang. Dengan strategi yang mengutamakan keseimbangan antara inovasi dan kepatuhan syariah, bank syariah dapat memperkuat daya saingnya di era digital.

Perkembangan teknologi seperti fintech berbasis syariah dan inovasi pembayaran digital memberikan peluang besar bagi bank syariah untuk berkembang. Fintech syariah menawarkan layanan keuangan yang fleksibel dan sesuai dengan prinsip Islam, sementara sistem pembayaran digital seperti e-wallet halal meningkatkan kemudahan dan keamanan transaksi. Inovasi ini memungkinkan bank syariah menjangkau lebih banyak nasabah, mempercepat transaksi, serta meningkatkan transparansi dan efisiensi operasional. Agar tetap kompetitif, bank syariah perlu mengadopsi strategi adaptif dan menjalin kolaborasi dengan perusahaan fintech serta pelaku industri teknologi. Kemitraan ini dapat mempercepat inovasi layanan keuangan digital yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan regulasi syariah. Selain itu, investasi dalam pengembangan teknologi dan sumber daya manusia akan mendukung akselerasi digitalisasi. Dengan langkah ini, bank syariah dapat meningkatkan daya saingnya di pasar global serta membangun ekosistem keuangan syariah yang lebih kuat dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Penerapan e-business dan e-commerce dalam bank syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing pemasaran. Digitalisasi layanan memungkinkan bank syariah untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun loyalitas nasabah melalui layanan yang lebih inovatif dan personal. Meskipun terdapat tantangan dalam implementasinya, peluang yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi digital dapat menjadi faktor pendorong utama bagi pertumbuhan perbankan syariah yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Penerapan e-business dan e-commerce dalam bank syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing pemasaran. Digitalisasi layanan memungkinkan bank syariah untuk memperluas jangkauan pasar, sehingga dapat menjangkau lebih banyak nasabah, termasuk segmen yang sebelumnya sulit dijangkau. Dengan adanya platform digital, bank syariah dapat menawarkan layanan yang lebih cepat, mudah diakses, dan sesuai dengan prinsip syariah, sehingga meningkatkan daya tariknya di pasar keuangan.

Selain memperluas jangkauan, digitalisasi juga meningkatkan efisiensi operasional. Automasi dalam berbagai proses perbankan, seperti transaksi, layanan pelanggan, dan manajemen risiko, dapat mengurangi biaya operasional serta mempercepat proses layanan. Efisiensi ini tidak hanya menguntungkan bank, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah, yang kini dapat mengakses layanan perbankan dengan lebih fleksibel dan tanpa batasan geografis.

Lebih dari itu, e-business dan e-commerce juga berkontribusi dalam membangun loyalitas nasabah melalui layanan yang lebih inovatif dan personal. Pemanfaatan teknologi seperti big data dan artificial intelligence (AI) memungkinkan bank syariah untuk menganalisis kebutuhan serta preferensi nasabah secara lebih akurat. Dengan demikian, bank dapat memberikan rekomendasi produk yang lebih relevan dan menyesuaikan strategi pemasaran agar lebih efektif.

Meskipun memiliki banyak manfaat, implementasi e-business dan e-commerce dalam perbankan syariah tetap menghadapi berbagai tantangan. Infrastruktur digital yang belum merata, rendahnya literasi digital di beberapa kelompok masyarakat, serta regulasi yang terus berkembang menjadi kendala yang perlu diatasi. Namun, dengan terus berkembangnya teknologi digital, bank syariah memiliki peluang besar untuk berinovasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih adaptif, sehingga dapat mendorong pertumbuhan industri yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, Tenti Tri, Rintan Desti Pertiwi, and Ria Permata Sari, 'Transformasi Digital Berbasis E-Commerce Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Syariah Yang Inklusif Dan Berkelanjutan', 2.4 (2024).
- Art, L H, and S Mariko, 'Analisis Strategi Promisi Fitur Wab E-Commerce Pada Mobile Banking Bsi Kcp Padang Panjang', JOSEE: Journal of College ..., 01.01 (2023), pp. 32– 37.
- Cindi, Cindi Novita Sari, Muhammad Iqbal Fasa Muhammad Iqbal Fasa, Suharto Suharto, and Adib Fachri Adib Fachri, 'Analisis Implementasi E-Business Dalam Mewujudkan Green Banking Di Perbankan Syariah Yang Berkelanjutan', SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah, 4.01 (2022), pp. 21–40, doi:10.59636/saujana.v4i01.61.
- Dan, Peran Penting E-business, E-commerce Dalam Meningkatkan Daya, Saing Pemasaran, and D I Bank, 'E-Business e-Commerce', 9.204 (2024), pp. 3867–77.

- Mawarni, Iga, Raudhatul Ilmi, and Feri Irawan, 'Peran E-Commerce Pada Ekonomi Syariah Di Era 5.0', *Al Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 3.2 (2023), pp. 178–89.
- Nitami, Bunga, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, and Adib Fachri, 'Perkembangan Penerapan E Business Guna Mendorong Terwujudnya Green Banking Secara Berkelanjutan Pada Sektor Perbankan Indonesia', *Digital Economic, Management and Accounting ...*, 04.01 (2022), pp. 1–14.
- Otoritas Jasa Keuangan, 'Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2023 Tentang Penerapan Tata Kelola Bagi Bank Umum', *Otoritas Jasa Keuangan*, July, 2023, pp. 1–23.
- Silalahi, Purnama Ramadani, Ibnu Habib Wahyudi, Muhammad Taufiq, Nurul, Annisa, and Zikri Rahman, 'Peran E-Commerce Dalam Menopang Keberhasilan Terhadap Perkembangan UMKM Di Indonesia', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7.4 (2022), pp. 1343–55.
- Yusuf, Ega Belahag, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, 'Inovasi Layanan Perbankan Syariah Berbasis Teknologi Sebagai Wujud Penerapan Green Banking', *Istithmar*, 7.1 (2023), pp. 34–41, doi:10.30762/istithmar.v7i1.444.
- Zuliyati, Zuliyati, Wiwit Agus Triyanto, and Retno Tri Handayani, 'Peranan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Keuangan Inklusif UMKM Di Kabupaten Kudus Yang Berbasis Fintech', *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 10.2 (2021), p. 187, doi:10.30659/jai.10.2.187-199.