

MANAJEMEN STRATEGI ISLAM DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL: STRATEGI MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF BERKELANJUTAN

Saeed Fayzul Hayat¹, Bayu Taufiq Possumah², Fatimah³

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar^{1,2,3}

Email: fayzulhayats@gmail.com¹, btaufiq@gmail.com², fatimah.fdk@uin-alauddin.ac.id³

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah pola persaingan organisasi modern dan memunculkan berbagai persoalan seperti krisis etika digital, eksploitasi data, serta menurunnya trust publik terhadap organisasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategic management konvensional belum sepenuhnya mampu menjawab tantangan transformasi digital karena masih berorientasi pada efisiensi dan profitabilitas. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran manajemen strategi Islam dalam membangun sustainable competitive advantage organisasi syariah di era transformasi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode library research melalui kajian literatur, jurnal ilmiah, buku, dan laporan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam seperti amanah, ihsan, integritas, dan tanggung jawab sosial dapat menjadi strategic organizational capability yang memperkuat digital trust, legitimasi organisasi, dan keberlanjutan organisasi. Penelitian ini menghasilkan konsep Islamic Digital Strategic Management sebagai model konseptual yang mengintegrasikan digital capability, innovation strategy, dan Islamic ethical governance dalam membangun sustainable competitive advantage organisasi syariah di era digital. Penelitian selanjutnya disarankan menguji model konseptual tersebut secara empiris.

Kata Kunci: digital capability, Islamic ethical governance, manajemen strategi Islam, sustainable competitive advantage, transformasi digital.

Abstract

Digital transformation has changed the competitive structure of modern organizations and created challenges such as digital ethical crises, data exploitation, and declining public trust in organizations. These conditions indicate that conventional strategic management has not fully addressed the complexity of digital transformation because it remains focused on efficiency and profitability. This study aims to analyze the role of Islamic strategic management in building sustainable competitive advantage for sharia organizations in the digital transformation era. This research uses a qualitative approach with a library research method through the analysis of relevant literature, scientific journals, books, and reports. The findings show that Islamic values such as amanah, ihsan, integrity, and social responsibility can function as strategic organizational capabilities that strengthen digital trust, organizational legitimacy, and organizational sustainability. This study proposes the concept of Islamic Digital Strategic Management as a conceptual model integrating digital capability, innovation strategy, and Islamic ethical governance to build sustainable competitive advantage for sharia organizations in the digital era. Future studies are recommended to empirically examine the proposed conceptual model.

Keywords: digital capability, digital transformation, Islamic ethical governance, Islamic strategic management, sustainable competitive advantage.

A. Pendahuluan

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang mengubah pola operasional organisasi, perilaku konsumen, serta strategi bisnis di berbagai sektor¹. Perkembangan teknologi seperti Artificial Intelligence (AI), big data, automation, dan digital platform mendorong organisasi untuk melakukan adaptasi strategis agar mampu bertahan dalam persaingan yang semakin dinamis². Perubahan tersebut tidak hanya menciptakan peluang efisiensi dan inovasi, tetapi juga memunculkan tantangan baru berupa disrupsi model bisnis, perubahan struktur tenaga kerja, serta meningkatnya kompetisi global berbasis teknologi. Fenomena ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak lagi bersifat opsional, melainkan telah menjadi kebutuhan strategis bagi organisasi modern dalam membangun daya saing dan keberlanjutan bisnis.

Dalam konteks bisnis dan organisasi Islam, transformasi digital menghadirkan tantangan yang lebih kompleks. Organisasi berbasis syariah tidak hanya dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga harus mempertahankan nilai-nilai Islam sebagai fondasi utama dalam pengambilan keputusan strategis. Perkembangan globalisasi dan digitalisasi mendorong lembaga maupun bisnis Islam untuk lebih inovatif, adaptif, serta responsif terhadap perubahan lingkungan eksternal³. Namun realitas menunjukkan bahwa masih banyak organisasi dan bisnis syariah yang belum mampu mengintegrasikan transformasi digital dengan nilai-nilai strategis Islam secara optimal⁴. Sebagian organisasi cenderung mengadopsi pendekatan manajemen modern yang berorientasi pada efisiensi, produktivitas, dan profitabilitas semata sehingga aspek etika, spiritualitas, dan keberlanjutan sering kali kurang mendapatkan perhatian. Kondisi tersebut mengakibatkan munculnya berbagai persoalan seperti krisis etika bisnis, hilangnya identitas nilai organisasi, serta lemahnya orientasi keberlanjutan dalam pengelolaan strategi bisnis di era digital.

Secara ideal, manajemen strategi Islam tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan material, tetapi juga menempatkan nilai tauhid, amanah, ihsan, dan kemaslahatan sebagai fondasi utama dalam seluruh proses manajerial organisasi⁵. Manajemen strategi Islam memandang aktivitas bisnis dan organisasi sebagai bagian

¹ Jeffriansyah Dwi Sahputra Amory, Muhtar Mudo, And Rhena J, "Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet," *Jurnal Minfo Polgan* 14, No. 1 (2025): 28–37, <https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i1.14608>.

² Imam Jayanto And Dewa Oka Suparwata, "Peran Artificial Intelligence Dalam Mendorong Inovasi Produk Dan Model Bisnis Pada Technopreneur Di Era Ekonomi Digital," *Jurnal Minfo Polgan* 14, No. 2 (2025): 2862–74, <https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i2.15568>.

³ Yoga Agus Yulianto And Cecep Castrawijaya, "Inovasi Dakwah Berbasis Kewirausahaan Islami: Strategi Adaptif Dan Kolaboratif Di Era Disruptif," *Journal Of Business Economics And Management* 2, No. 2 (2025): 1984–91.

⁴ Asep Hasan Sulaeman, "Pengembangan Sumber Daya Manusia Unggul Melalui Transformasi Digital Berbasis Ekonomi Islam," *Equality: Journal Of Islamic Law (Ejil)* 4, No. 1 (2026): 99–112, <https://doi.org/10.15575/Ejil.V4i1.2063>.

⁵ Arivatu Ni'mati Rahmatika, Bektu Widyaningsih, And Dewi Ayu Puspita Sari, "Manajemen Kinerja Dalam Sumber Daya Manusia Islami," *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah* 5, No. 1 (2025): 22–32, <https://doi.org/10.32764/Izdihar.V5i02.6035>.

dari ibadah yang harus dijalankan secara profesional, etis, dan bertanggung jawab⁶. Dengan demikian, transformasi digital dalam perspektif Islam seharusnya tidak hanya diarahkan pada peningkatan efisiensi dan daya saing organisasi, tetapi juga pada penciptaan keberlanjutan, keadilan, serta keberkahan bisnis secara menyeluruh. Akan tetapi, kondisi ideal tersebut belum sepenuhnya terimplementasi dalam praktik organisasi dan bisnis syariah di era transformasi digital saat ini. Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara kondisi empiris organisasi dan bisnis syariah yang masih berorientasi pada efisiensi serta profitabilitas semata dengan konsep ideal manajemen strategi Islam yang menempatkan nilai spiritual, etika, dan keberlanjutan sebagai fondasi utama dalam menghadapi transformasi digital.

Manajemen strategi menjadi salah satu pendekatan penting yang dapat digunakan organisasi dalam menghadapi dinamika perubahan tersebut. Dalam perspektif modern, strategic management digunakan untuk membantu organisasi merumuskan visi jangka panjang, melakukan adaptasi terhadap perubahan lingkungan, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi⁷. Selain itu, kemampuan organisasi dalam melakukan inovasi, diferensiasi, dan adaptasi strategis menjadi faktor penting dalam membangun sustainable competitive advantage di tengah persaingan digital yang semakin kompleks⁸. Oleh karena itu, organisasi berbasis syariah memerlukan pendekatan strategic management yang tidak hanya adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga tetap berlandaskan nilai-nilai Islam agar mampu menciptakan daya saing yang berkelanjutan.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas manajemen strategi Islam dari berbagai perspektif. Penelitian Nur Alisa dkk. membahas konsep manajemen strategis bisnis syariah di era transformasi digital dan pentingnya penerapan prinsip-prinsip Islam dalam bisnis digital.⁹ Penelitian Siti Hanifah menyoroti peran manajemen strategi dalam bisnis syariah untuk menciptakan keberlanjutan dan keunggulan kompetitif berbasis nilai Islam.¹⁰ Sementara itu, penelitian Hamzah Tacong dkk. menekankan landasan filosofis Manajemen Strategi Islam yang berbasis tauhid, spiritualitas, dan etika Islam dalam pengelolaan organisasi.¹¹ Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih membahas transformasi digital, strategic management Islam, dan keunggulan kompetitif

⁶ Misba Huddin, "Manajemen Strategi Analisis Swot Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Bmt Nu Pusat Gapura Sumenep," *Jurnal Al-Idārah* 2, No. 1 (2021): 94–111, <https://doi.org/10.35316/Idarah.2021.V2i1.94-111>.

⁷ Tri Fenny Ramadani Et Al., "Eksplorasi Konsep Dan Model Kepemimpinan Dalam Manajemen Strategik," *Indonesian Journal Of Innovation Multidisipliner Research* 2, No. 2 (2024): 243–64, <https://doi.org/10.69693/Ijim.V2i2.135>.

⁸ Guruh Suksmono Aji And Iva Khoiril Mala, "Meningkatkan Kualitas Sdm Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif Perusahaan Di Era Digital: Tren , Inovasi , Dan Tantangan," *Jumek: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif* 2, No. 3 (2024): 1–17, <https://doi.org/10.5902/Jumek.V2i3.357>.

⁹ Nur Alisa Et Al., "Menilik Konsep Dasar Manajemen Strategis Bisnis Di Era Transformasi Digital Berbasis Syariah," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, No. 1 (2024): 1740–52, <http://j-innovative.org/index.php/innovative/article/view/7769%0ahttp://j-innovative.org/index.php/innovative/article/download/7769/5452>.

¹⁰ Siti Hanifah, "Manajemen Strategi Dalam Bisnis Syariah Untuk Keberlanjutan Dan Keunggulan Kompetitif," *Al-Multazim: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 5, No. 1 (2025): 729–47, <https://doi.org/10.61132/Nuansa.V3i2.1772>.

¹¹ Nurfitriani Fitrotu Zakiah And Vina Prabaningtyas, "Manajemen Strategis Lembaga Pendidikan Islam Dalam Menghadapi Tantangan Global," *Addabani: Interdisciplinary Journal Of Islamic Education* 1, No. 1 (2023): 1–13, <https://doi.org/10.52593/Adb.01.1.01>.

secara parsial dan terpisah. Belum banyak penelitian yang secara spesifik mengintegrasikan manajemen strategi Islam dengan transformasi digital dalam membangun sustainable competitive advantage pada era disrupsi teknologi dan persaingan global.

Berdasarkan kondisi tersebut, research gap penelitian ini terletak pada masih terbatasnya kajian yang menghubungkan strategic management Islam, transformasi digital, dan sustainable competitive advantage dalam satu kerangka konseptual yang komprehensif. Oleh karena itu, novelty penelitian ini terletak pada pengembangan konsep *Islamic Digital Strategic Management* yang mengintegrasikan nilai-nilai strategis Islam dengan strategi transformasi digital sebagai upaya membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen strategi Islam kontemporer sekaligus menjadi referensi praktis bagi organisasi dan bisnis syariah dalam menghadapi tantangan era digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research). Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada analisis konseptual mengenai manajemen strategi Islam di era transformasi digital dalam membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan. Sementara itu, metode library research dipilih karena data penelitian diperoleh melalui berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan dengan tema penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan mengumpulkan berbagai data sekunder yang berasal dari buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, prosiding, laporan penelitian, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan manajemen strategi Islam, transformasi digital, strategic management, dan sustainable competitive advantage. Literatur yang digunakan diperoleh melalui penelusuran pada database akademik seperti Google Scholar, Garuda, dan berbagai jurnal ilmiah nasional maupun internasional yang relevan dengan fokus penelitian. Pemilihan sumber dilakukan secara purposive berdasarkan tingkat relevansi, kredibilitas, dan keterkaitannya dengan tema penelitian.

Pendekatan analisis dalam penelitian ini menggunakan content analysis dan analisis deskriptif. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi, mengkaji, serta menginterpretasikan berbagai konsep, teori, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategic management Islam dan transformasi digital. Sementara itu, analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan fenomena transformasi digital serta tantangan dan peluang yang dihadapi organisasi dan bisnis syariah dalam membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan. Melalui pendekatan tersebut, peneliti berupaya membangun sintesis konseptual mengenai integrasi nilai-nilai Islam dengan strategi transformasi digital dalam konteks manajemen strategis modern.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Transformasi Digital dan Perubahan Strategi Organisasi

Transformasi digital telah mengubah struktur persaingan organisasi modern secara fundamental dan mendorong organisasi memasuki lingkungan bisnis yang semakin

dinamis, terbuka, dan berbasis teknologi¹². Perubahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas operasional, tetapi juga mencakup perubahan model bisnis, pola pengambilan keputusan, sistem tata kelola, hingga sumber keunggulan kompetitif organisasi. Perkembangan Artificial Intelligence (AI), big data, cloud computing, Internet of Things (IoT), dan digital platform mendorong organisasi untuk melakukan adaptasi strategis agar mampu bertahan dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan disruptif¹³. Dalam konteks ini, organisasi modern tidak lagi hanya bertumpu pada tangible resources seperti modal fisik dan aset produksi, tetapi semakin bergantung pada intangible resources seperti pengetahuan, data, inovasi, reputasi digital, dan kemampuan adaptasi teknologi.

Perubahan struktur persaingan global menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi faktor utama dalam menentukan daya saing organisasi. Laporan World Development Report 2025 menjelaskan bahwa perkembangan ekonomi global sangat dipengaruhi oleh standar digital, interoperabilitas sistem, dan kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis. Bahkan sekitar 90% perdagangan global dipengaruhi oleh standar non-tarif berbasis teknologi dan digitalisasi¹⁴. Kondisi tersebut menegaskan bahwa organisasi yang mampu mengelola transformasi digital secara adaptif cenderung memiliki competitive advantage yang lebih kuat dibandingkan organisasi yang masih menggunakan pendekatan konvensional.

Transformasi digital juga menggeser paradigma persaingan organisasi dari *efficiency-based competition* menuju *innovation-based competition*. Organisasi tidak lagi bersaing hanya melalui efisiensi biaya produksi, tetapi juga melalui kemampuan inovasi, pengelolaan data, *strategic agility*, dan *digital capability*¹⁵. Pergeseran tersebut sejalan dengan pendekatan *Resource-Based View* (RBV) yang menempatkan sumber daya unik, sulit ditiru, dan bernilai strategis sebagai dasar pembentukan *sustainable competitive advantage*¹⁶. Namun demikian, perkembangan transformasi digital juga menghadirkan berbagai persoalan baru dalam pengelolaan organisasi modern.

Perkembangan AI dan otomatisasi berlangsung lebih cepat dibanding kemampuan regulasi dan tata kelola organisasi dalam mengendalikan dampak teknologi

¹² Devi Alhayatun Nufuz Et Al., “Strategi Efektif Dalam Manajemen Perubahan: Membangun Ketahanan Organisasi Di Era Digital,” *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1, No. 6 (2025): 540–47, <https://doi.org/10.59435/Menulis.V1i6.388>.

¹³ Ananda Rizka Wardani Et Al., “Inovasi Organisasi Di Era Industri 4.0: Strategi, Tantangan, Dan Peluang,” *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1, No. 6 (2025): 115–29, <https://doi.org/10.59435/Menulis.V1i6.332>.

¹⁴ World Bank, *World Development Report 2025: Standards For Development*, Vol. 2 (Washington Dc: World Bank, 2025), <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2275-9>. Hlm. Xxiii, 2-3.

¹⁵ Nisa Amelia Juninda Et Al., “Strategic Agility Sebagai Strategi Kompetitif Di Era Disrupsi Digital,” *Al-A’mal Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1, No. 2 (2024): 205–16.

¹⁶ Febianti Aslamiyah Et Al., “Pendekatan Resource-Based View (Rbv) Dalam Manajemen Bisnis : Strategi Untuk Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan,” *Al-A’mal Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1, No. 2 (2024): 176–83.

digital¹⁷. Akibatnya, transformasi digital tidak hanya menghasilkan efisiensi dan inovasi, tetapi juga memunculkan persoalan seperti eksploitasi data digital, ketimpangan ekonomi berbasis teknologi, dehumanisasi organisasi, lemahnya perlindungan tenaga kerja, hingga krisis etika dalam praktik bisnis modern. Kondisi tersebut memperlihatkan kelemahan strategic management konvensional yang cenderung memandang transformasi digital hanya sebagai instrumen peningkatan efisiensi dan keuntungan ekonomi. Perspektif tersebut dinilai kurang mampu menjawab persoalan moral, spiritual, dan keberlanjutan sosial akibat disrupsi digital. Oleh karena itu, transformasi digital memerlukan pendekatan strategic management yang tidak hanya berorientasi pada profitabilitas organisasi, tetapi juga memperhatikan dimensi etika, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan.

Dalam konteks tersebut, manajemen strategi Islam menawarkan pendekatan strategic management yang lebih holistik dalam menghadapi transformasi digital¹⁸. Perspektif Islam tidak memandang teknologi digital semata-mata sebagai alat peningkatan efisiensi organisasi, tetapi juga sebagai instrumen untuk menciptakan kemaslahatan, keadilan, transparansi, dan keberlanjutan sosial¹⁹. Nilai-nilai Islam seperti amanah, ihsan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial tidak hanya berfungsi sebagai prinsip moral organisasi, tetapi juga dapat menjadi strategic organizational capability dalam membangun digital trust, memperkuat reputasi organisasi, dan meningkatkan legitimasi sosial organisasi di era digital.

Prinsip amanah dapat memperkuat tata kelola data dan transparansi organisasi digital, sedangkan nilai ihsan mendorong organisasi menghasilkan inovasi dan pelayanan yang berkualitas secara berkelanjutan. Dengan demikian, nilai-nilai Islam tidak hanya bersifat normatif-teologis, tetapi juga memiliki fungsi strategis dalam meningkatkan organizational resilience dan daya saing organisasi modern. Oleh karena itu, organisasi dan bisnis syariah memerlukan model strategic management yang mampu mengintegrasikan digital capability dengan Islamic ethical governance dalam membangun sustainable competitive advantage di era transformasi digital.

2. Konsep Manajemen Strategi Islam dalam Era Digital

Manajemen strategi Islam merupakan pendekatan pengelolaan organisasi yang mengintegrasikan strategic management modern dengan nilai-nilai Islam seperti tauhid, amanah, ihsan, keadilan, musyawarah, dan orientasi kemaslahatan. Dalam perspektif Islam, aktivitas organisasi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga sebagai bagian

¹⁷ Rizka Khoirotun Nisaa, Salsabila Maulidya Supriadi Bahrim, And Irda Agustin Kustiwi, "Teknologi Digital Dan Transformasi Internal Audit Terhadap Perlakuan Laporan Keuangan : Studi Literatur," *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (Jumia)* 2, No. 2 (2024): 263–77, <https://doi.org/10.55606/Jumia.V2i2.2596>.

¹⁸ Muhammad Thoiful Abrar Et Al., "Manajemen Strategik Pesantren Di Era Digital : Menjembatani Tradisi Keilmuan Dan Inovasi Teknologi," *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi* 1, No. 3 (2025): 227–35, <https://doi.org/10.58472/Jmia.V1i3.171>.

¹⁹ Krishna Adityangga And Muhammad Rafiuddin, "Implementasi Blockchain Memperkuat Maqasid Al-Shariah Melalui Peningkatan Transparansi, Keadilan, Dan Kepatuhan Dalam Ekosistem Digital," *Jurnal Al-Iqtisodiyah: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Ekonomi Islam* 1, No. 4 (2025): 159–70.

dari tanggung jawab moral dan spiritual manusia sebagai khalifah di muka bumi²⁰. Dalam strategic management konvensional, keberhasilan organisasi umumnya diukur melalui profitabilitas, efisiensi, *market share*, dan *competitive advantage*²¹. Namun, pendekatan tersebut sering kali mengabaikan dimensi etika, kemanusiaan, dan keberlanjutan sosial. Kritik tersebut semakin relevan di era transformasi digital ketika perkembangan AI memunculkan berbagai persoalan seperti eksploitasi data, ketimpangan digital, lemahnya perlindungan privasi, serta dehumanisasi organisasi.

Dalam konteks tersebut, manajemen strategi Islam menawarkan paradigma strategic management yang lebih holistik dan berkelanjutan²². Nilai tauhid menempatkan seluruh aktivitas organisasi sebagai bagian dari pengabdian kepada Allah SWT sehingga orientasi organisasi tidak hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada kebermanfaatan sosial dan keberlanjutan jangka panjang. Prinsip amanah mendorong organisasi menjalankan tata kelola yang transparan dan bertanggung jawab, sedangkan prinsip ihsan menekankan pentingnya kualitas, inovasi, dan profesionalisme organisasi. Dalam era digital, nilai-nilai Islam tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga dapat menjadi strategic organizational capability yang memperkuat daya saing organisasi²³. Dalam ekosistem bisnis digital yang penuh ketidakpastian, digital trust menjadi salah satu faktor utama dalam membangun sustainable competitive advantage. Organisasi yang mampu menerapkan prinsip amanah dan transparansi dalam pengelolaan data serta layanan digital cenderung memiliki legitimasi sosial dan reputasi organisasi yang lebih kuat.

Perspektif tersebut sejalan dengan pendekatan Resource Based View (RBV) yang menekankan bahwa *sustainable competitive advantage* terbentuk melalui sumber daya yang *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-substitutable* (VRIN). Dalam konteks manajemen strategi Islam, nilai-nilai seperti amanah, integritas, etika, dan tanggung jawab sosial dapat diposisikan sebagai *strategic resources* yang bersifat *intangible*, sulit direplikasi, dan melekat pada budaya organisasi. Selain itu, maqashid syariah memberikan fondasi penting dalam pengembangan strategic management Islam di era digital²⁴. Pendekatan maqashid syariah tidak hanya berorientasi pada perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, tetapi juga

²⁰ Nadine Wulan Wijaya Putri, Nahya Nahya, And Tathia Putri Inasyah, "Etika Dan Spiritualitas Dalam Teori Produksi Ekonomi Islam Menuju Produktivitas Berkelanjutan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 2, No. 4 (2025): 131–42, <https://doi.org/10.61722/Jemba.V2i4.1097>.

²¹ Heri Nuryanto, Ade Kartika Putri, And Desiana Anggraini, "Manajemen Strategik Dan Kinerja Organisasi: Pendekatan Konseptual," *Journal Of Organizational Analysis And Performance* 2, No. 1 (2026): 80–88, <https://doi.org/10.64845/Optimanus.V2i1.186>.

²² Noval Nur, Niswari Niswari, And Eliyanti Mokodompit, "Model Formulasi Dan Implementasi Strategi Bisnis Pada Manajemen Strategik Organisasi Kontemporer" 14, No. 4 (2025): 495–504, <https://doi.org/10.37476/Jbk.V14i4.5561>.

²³ Dewi Alifiah Febriani Et Al., "Peran Human Capital Dalam Meningkatkan Daya Saing Organisasi Di Era Transformasi Digital," *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* 2, No. 4 (2025): 48–53, <https://doi.org/10.69714/Nf73h154>.

²⁴ Bahtiar Bahtiar, Suarifqi Diantama, And Teguh Arlovin, "Transformation Of Sharia Business Management Governance In The Digital Era," *Jurnal Fokus Manajemen* 5, No. 3 (2025): 635–44, <https://doi.org/10.37676/Jfm.V5i3.9409>.

menekankan terciptanya kemaslahatan sosial dalam seluruh aktivitas organisasi. Dalam konteks transformasi digital, pendekatan ini dapat menjadi landasan etis dalam pengembangan teknologi dan inovasi agar tidak hanya berorientasi pada efisiensi ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek keadilan sosial, perlindungan data, dan keberlanjutan lingkungan.

Meskipun demikian, implementasi manajemen strategi Islam di era digital masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak organisasi syariah masih menggunakan pendekatan strategic management konvensional yang lebih berorientasi pada profitabilitas dibanding pembangunan sistem nilai organisasi. Oleh karena itu, organisasi dan bisnis syariah memerlukan model strategic management yang mampu mengintegrasikan transformasi digital dengan nilai-nilai Islam secara lebih sistematis dan adaptif.

3. Tantangan Organisasi dan Bisnis Syariah di Era Transformasi Digital

Transformasi digital telah menciptakan perubahan besar dalam sistem ekonomi dan persaingan organisasi modern, termasuk pada organisasi dan bisnis berbasis syariah. Perkembangan teknologi digital mendorong organisasi melakukan inovasi, mempercepat pelayanan, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar melalui platform digital²⁵. Namun di sisi lain, perubahan tersebut juga menghadirkan tantangan baru yang tidak hanya bersifat teknis dan ekonomis, tetapi juga menyangkut aspek etika, tata kelola organisasi, dan keberlanjutan nilai-nilai Islam.

Salah satu tantangan utama organisasi syariah di era transformasi digital adalah kemampuan adaptasi teknologi dan penguatan digital capability organisasi²⁶. Perkembangan AI, big data, fintech, dan digital platform menuntut organisasi memiliki kemampuan inovasi dan strategic agility yang tinggi agar mampu bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Organisasi yang lambat dalam melakukan adaptasi digital cenderung mengalami penurunan daya saing dan kehilangan relevansi pasar. Meskipun demikian, banyak organisasi syariah masih menghadapi keterbatasan dalam mengintegrasikan teknologi digital dengan sistem manajemen organisasi secara efektif. Keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital, lemahnya infrastruktur teknologi, serta minimnya inovasi organisasi menjadi faktor penghambat transformasi digital dalam bisnis syariah.

Selain tantangan adaptasi teknologi, organisasi syariah juga menghadapi persoalan etika digital yang semakin kompleks. Transformasi digital modern sering kali mendorong organisasi berorientasi pada efisiensi dan profitabilitas semata tanpa memperhatikan tanggung jawab sosial organisasi²⁷. Fenomena eksploitasi data digital, manipulasi algoritma, pelanggaran privasi, hingga praktik bisnis digital yang tidak etis menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak selalu berjalan

²⁵ Arjang Arjang, Ruth Mariana Bunga Wadu, And Kraugusteeliana Kraugusteeliana, "Mengakselerasi Daya Saing Umkm Melalui Inovasi Teknologi: Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat Dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform," *Jurnal Minfo Polgan* 14, No. 2 (2025): 1608–18, <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15190>.

²⁶ Samsiyah Samsiyah Et Al., "Transformasi Digital Dalam Perbankan Syariah : Strategi , Tantangan , Dan Peluang Menuju Era Keuangan Inklusif," *Tijarah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis Syariah* 2, No. 4 (2025): 204–14.

²⁷ Raya Sulistyowati Et Al., *Transformasi Digital Dan Inovasi Dalam Bisnis Manajemen*, Ed. Dewie Tri Wijaya Wardoyo, Pertama (Surakarta: Tahta Media, 2025). Hlm. 88.

sejalan dengan pembangunan moralitas organisasi.

Laporan World Development Report 2025 menegaskan bahwa perkembangan teknologi digital global berpotensi menciptakan ketimpangan ekonomi, dominasi platform digital, serta fragmentasi sosial apabila tidak diimbangi dengan regulasi dan tata kelola yang memadai²⁸. Kondisi ini menunjukkan bahwa organisasi modern tidak hanya menghadapi tantangan kompetisi teknologi, tetapi juga tantangan keberlanjutan sosial dan legitimasi moral organisasi. Dalam perspektif strategic management, keberhasilan organisasi di era digital tidak lagi hanya ditentukan oleh kemampuan teknologi dan efisiensi operasional, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam membangun digital trust, tata kelola etis, dan legitimasi sosial organisasi. Oleh karena itu, organisasi syariah memerlukan pendekatan strategic management yang mampu mengintegrasikan nilai etika Islam ke dalam sistem tata kelola organisasi digital.

Fenomena transformasi digital pada organisasi syariah dapat dilihat dari berkembangnya berbagai platform digital berbasis syariah seperti fintech syariah, marketplace halal, dan layanan keuangan digital Islam. Kehadiran fintech syariah menunjukkan bahwa organisasi berbasis Islam mulai memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan akses layanan keuangan dan inklusi ekonomi masyarakat²⁹. Namun demikian, perkembangan tersebut juga menghadirkan tantangan baru terkait tata kelola data, keamanan digital, transparansi transaksi, serta konsistensi penerapan prinsip syariah dalam sistem digital. Dalam kondisi tersebut, nilai-nilai Islam seperti amanah, integritas, transparansi, dan tanggung jawab sosial memiliki potensi menjadi intangible strategic resources yang sulit ditiru oleh organisasi lain. Nilai-nilai tersebut dapat memperkuat reputasi organisasi, meningkatkan loyalitas konsumen, serta membangun legitimasi sosial yang lebih berkelanjutan.

Namun demikian, implementasi nilai-nilai Islam dalam sistem strategic management organisasi digital masih menghadapi berbagai kendala. Banyak organisasi syariah masih memandang nilai Islam hanya sebagai identitas normatif dan simbolik, bukan sebagai strategic organizational capability yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, organisasi dan bisnis syariah memerlukan model *strategic management* yang mampu mengintegrasikan digital transformation, innovation capability, dan Islamic ethical governance secara sistematis.

4. Strategi Membangun *Sustainable Competitive Advantage* Perspektif Islam

Perubahan lingkungan bisnis di era transformasi digital menyebabkan organisasi menghadapi persaingan yang semakin dinamis, kompleks, dan berbasis inovasi teknologi. Dalam kondisi tersebut, organisasi tidak lagi cukup hanya memiliki keunggulan kompetitif jangka pendek, tetapi juga dituntut mampu membangun *sustainable competitive advantage* agar dapat mempertahankan keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang.

Dalam perspektif *strategic management modern*, *sustainable competitive advantage* dibangun melalui penguasaan sumber daya strategis, inovasi organisasi,

²⁸ Bank, *World Development Report 2025: Standards For Development*. Hlm. 231-233.

²⁹ Setyo Adipurno, "Peran Ekonomi Digital Islam Dan Fintech Syariah Dalam Mendukung Masyarakat Lokal," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 17, No. 1 (2025): 52–56, <https://doi.org/10.55049/Jeb.V17i1.393>.

diferensiasi produk, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Pendekatan Resource Based View (RBV) yang dikembangkan Barney menjelaskan bahwa organisasi dapat mencapai keunggulan kompetitif apabila memiliki sumber daya yang *valuable, rare, inimitable, dan non-substitutable* (VRIN)³⁰. Selain itu, Teece menjelaskan bahwa *dynamic capability* menjadi faktor penting dalam mempertahankan keunggulan kompetitif di tengah perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan disruptif³¹. Meskipun teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi dan inovasi organisasi, perkembangan transformasi digital juga menyebabkan keunggulan berbasis teknologi menjadi semakin mudah ditiru oleh kompetitor.

Perkembangan AI, digital platform, dan otomatisasi menyebabkan inovasi organisasi berlangsung sangat cepat sehingga *competitive advantage* berbasis teknologi sering kali bersifat temporer. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa organisasi memerlukan sumber keunggulan kompetitif yang lebih berkelanjutan dan sulit direplikasi.

Perspektif Islam menawarkan pendekatan *sustainable competitive advantage* yang lebih holistik karena tidak hanya berorientasi pada keunggulan ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan moral, sosial, dan spiritual organisasi³². Dalam manajemen strategi Islam, keberhasilan organisasi tidak hanya diukur melalui profitabilitas dan *market performance*, tetapi juga melalui kemampuan organisasi dalam menciptakan kemaslahatan, menjaga keadilan, membangun kepercayaan publik, serta mempertahankan integritas organisasi. Nilai-nilai Islam seperti amanah, ihsan, integritas, transparansi, dan tanggung jawab sosial dapat menjadi *strategic organizational capability* yang memperkuat daya saing organisasi modern. Dalam perspektif RBV, *Islamic ethical values* dapat diposisikan sebagai *intangible strategic resources* yang memiliki karakteristik VRIN karena sulit ditiru, melekat pada budaya organisasi, dan mampu menciptakan diferensiasi strategis yang berkelanjutan³³.

Fenomena tersebut dapat dilihat dari berkembangnya berbagai organisasi dan platform digital berbasis syariah yang membangun diferensiasi melalui pendekatan *ethical digital governance*. Fintech syariah dan platform halal digital mulai menempatkan transparansi, keamanan transaksi, dan kepatuhan syariah sebagai bagian dari strategi membangun kepercayaan konsumen. Dalam konteks tersebut, *sustainable competitive advantage* organisasi syariah dapat dibangun melalui integrasi antara *digital capability* dan *Islamic ethical governance*. *Digital capability* memungkinkan organisasi meningkatkan inovasi, efisiensi, dan *strategic agility*, sedangkan *Islamic ethical governance* memperkuat trust, legitimasi moral, dan

³⁰ Diana Eravia And Samsir Samsir, "Meningkatkan Daya Saing Umkm Melalui Integrasi Resource Based View (Rbv) Dan Digital Marketing : Tinjauan Literatur Empiris," *Jurnal Bisnis Mahasiswa* 5, No. 5 (2025): 2672–85, <https://doi.org/10.60036/Jbm.801>.

³¹ Anton Wiryo Et Al., "Peran Strategic Human Resource Management Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi: Pendekatan Dynamic Capability Theory," *Jmbi : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika* 6, No. 1 (2025): 1–9, <https://doi.org/10.31967/Prodimanajemen.V6i1.1549>.

³² Durrotul Hikmah, Arivatu Ni'mati Rahmatika, And Bakti Widyaningsih, "Inovasi Dan Kreativitas Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia (Sdm) Berbasis Nilai-Nilai Islam," *Jurnal Qosim : Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 3, No. 3 (2025): 1240–49, <https://doi.org/10.61104/Jq.V3i3.1962>.

³³ Zaidani Faza Banura Putra And Moh Ainul Yaqin, "Menjaga Keunggulan Kompetitif Melalui Pandangan Berbasis Sumber Daya Yang Dinamis," *Jurnal Prima Manajemen* 1, No. 2 (2025): 208–21.

reputasi organisasi.

Secara konseptual, *Islamic ethical values* yang diintegrasikan ke dalam digital governance akan membentuk *digital trust* dan *organizational legitimacy*. Selanjutnya, trust dan legitimasi organisasi akan memperkuat *innovation capability*, *adaptive capability*, serta loyalitas konsumen yang pada akhirnya berkontribusi terhadap terbentuknya sustainable competitive advantage organisasi syariah. Meskipun demikian, pembangunan sustainable competitive advantage dalam organisasi syariah masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak organisasi masih berorientasi pada keunggulan berbasis teknologi dan efisiensi jangka pendek tanpa membangun sistem nilai organisasi yang kuat. Oleh karena itu, pendekatan *Islamic Digital Strategic Management* menjadi relevan sebagai model strategis dalam membantu organisasi dan bisnis syariah menghadapi dinamika transformasi digital sekaligus membangun sustainable competitive advantage yang lebih adaptif, etis, dan berkelanjutan.

5. Islamic Digital Strategic Management sebagai Model Konseptual

Perkembangan transformasi digital yang berlangsung secara cepat dan disruptif telah mengubah paradigma *strategic management* organisasi modern. Organisasi tidak lagi hanya dituntut memiliki kemampuan teknologi dan inovasi digital, tetapi juga kemampuan membangun tata kelola organisasi yang etis, adaptif, dan berkelanjutan. Dalam konteks tersebut, *strategic management* konvensional dinilai belum sepenuhnya mampu menjawab kompleksitas tantangan organisasi di era digital, terutama yang berkaitan dengan persoalan etika, trust, legitimasi sosial, dan keberlanjutan organisasi jangka panjang.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, penelitian ini menawarkan konsep *Islamic Digital Strategic Management* sebagai model konseptual dalam membangun sustainable competitive advantage organisasi syariah di era transformasi digital. *Islamic Digital Strategic Management* merupakan pendekatan *strategic management* yang mengintegrasikan *digital capability*, *innovation strategy*, dan *Islamic ethical governance* dalam satu kerangka strategis yang holistik dan berkelanjutan. Dalam model konseptual ini, *digital capability* diposisikan sebagai kemampuan organisasi dalam mengadopsi, mengintegrasikan, dan mengembangkan teknologi digital untuk meningkatkan inovasi, efisiensi, serta *strategic agility* organisasi. Namun demikian, penelitian ini menegaskan bahwa *digital capability* saja tidak cukup untuk menciptakan *sustainable competitive advantage* organisasi dalam jangka panjang karena keunggulan berbasis teknologi cenderung mudah ditiru oleh kompetitor.

Dalam konteks tersebut, *Islamic ethical governance* diposisikan sebagai *strategic organizational capability* yang berfungsi memperkuat trust, legitimasi sosial, reputasi organisasi, dan keberlanjutan organisasi. *Islamic ethical governance* dibangun melalui penerapan nilai-nilai Islam seperti amanah, ihsan, integritas, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam seluruh proses strategic management organisasi digital. Dalam perspektif *Resource Based View* (RBV), nilai-nilai Islam tersebut dapat dikategorikan sebagai *intangible strategic resources* yang memiliki karakteristik *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-substitutable* (VRIN). Nilai amanah dapat memperkuat digital trust dan meningkatkan kredibilitas organisasi dalam pengelolaan data dan layanan digital, sedangkan prinsip ihsan mendorong organisasi untuk menciptakan inovasi dan kualitas

layanan yang unggul secara berkelanjutan.

Secara konseptual, model *Islamic Digital Strategic Management* menjelaskan bahwa integrasi antara *digital capability* dan *Islamic ethical governance* akan menghasilkan *digital trust*, *organizational legitimacy*, dan *adaptive innovation capability*. Ketiga aspek tersebut selanjutnya memperkuat loyalitas konsumen, reputasi organisasi, dan keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang. Dengan demikian, *sustainable competitive advantage* organisasi syariah tidak hanya dibangun melalui penguasaan teknologi dan inovasi digital, tetapi juga melalui kemampuan organisasi dalam membangun sistem tata kelola etis yang mampu menciptakan trust dan legitimasi sosial secara berkelanjutan.

Model konseptual ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman normatif organisasi, tetapi juga sebagai *strategic capability* yang mampu menciptakan diferensiasi organisasi di era digital. Oleh karena itu, *Islamic Digital Strategic Management* dapat dipahami sebagai pendekatan *strategic management* kontemporer yang mengombinasikan *technological capability*, *ethical governance*, dan *sustainability orientation* dalam membangun keunggulan kompetitif organisasi syariah.

Selain memberikan kontribusi teoritis, model *Islamic Digital Strategic Management* juga memiliki implikasi praktis bagi organisasi dan bisnis syariah. Organisasi tidak cukup hanya berfokus pada percepatan transformasi digital dan inovasi teknologi, tetapi juga perlu memperkuat budaya organisasi, tata kelola etika, serta pembangunan *trust* dan legitimasi publik.

Meskipun *Islamic ethical governance* diposisikan sebagai *strategic organizational capability* dalam penelitian ini, efektivitas pendekatan tersebut dalam menghadapi ekonomi digital berbasis *artificial intelligence* masih menjadi perdebatan dalam *strategic management* kontemporer. Sebagian akademisi berpendapat bahwa keunggulan berbasis etika dan nilai moral cenderung sulit dipertahankan ketika organisasi menghadapi tekanan kompetisi digital yang sangat cepat dan agresif. Sebagian pandangan menilai bahwa keunggulan kompetitif berbasis etika dan trust cenderung sulit dipertahankan dalam lingkungan bisnis digital yang sangat dinamis karena perubahan teknologi berlangsung lebih cepat dibandingkan dengan kemampuan organisasi dalam mempertahankan legitimasi moralnya. Dalam konteks ini, keunggulan berbasis *ethical governance* dinilai rentan mengalami *trust collapse* ketika organisasi gagal menjaga transparansi data, keamanan digital, atau konsistensi penerapan nilai etika dalam sistem teknologi berbasis AI.

Di sisi lain, Porter menjelaskan bahwa *competitive advantage* organisasi pada dasarnya dibangun melalui diferensiasi dan kemampuan organisasi menciptakan nilai yang tidak mudah ditiru oleh kompetitor³⁴. Namun, dalam era digital, diferensiasi berbasis teknologi menjadi semakin mudah direplikasi karena inovasi digital berkembang sangat cepat dan terbuka. Kondisi tersebut memunculkan paradoks *strategic management* modern, yaitu ketika organisasi memiliki kemampuan teknologi tinggi tetapi justru mengalami penurunan legitimasi sosial akibat lemahnya tata kelola etika digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa penguasaan teknologi semata tidak lagi cukup untuk mempertahankan *sustainable*

³⁴ Farid Farid, "Keunggulan Strategi Bersaing Ukm Di Sulawesi Tengah," *Akmen Jurnal Ilmiah* 14, No. 4 (2017): 653–63.

competitive advantage dalam jangka panjang.

Perdebatan tersebut semakin relevan ketika perkembangan *artificial intelligence* mulai memunculkan berbagai persoalan etika seperti bias algoritma, eksploitasi data pengguna, digital *surveillance*, dan dehumanisasi organisasi. Literatur *ethical AI governance* menjelaskan bahwa transformasi digital modern sering kali menghasilkan ketimpangan kekuasaan digital karena organisasi lebih berorientasi pada efisiensi sistem dibanding perlindungan nilai kemanusiaan dan keadilan sosial³⁵. Dalam perspektif *stakeholder theory*, kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan organisasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan profit, tetapi juga oleh kemampuan organisasi memenuhi kepentingan sosial para stakeholder secara berkelanjutan³⁶.

Selain itu, *institutional theory* menjelaskan bahwa legitimasi organisasi modern tidak hanya dibentuk melalui efisiensi ekonomi, tetapi juga melalui kemampuan organisasi menyesuaikan diri dengan norma sosial, etika, dan ekspektasi masyarakat³⁷. Dalam konteks ini, *Islamic ethical governance* memiliki potensi menjadi sumber legitimasi institusional yang memperkuat trust dan reputasi organisasi syariah di era digital. Namun demikian, efektivitas pendekatan tersebut tetap bergantung pada kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan nilai Islam ke dalam sistem tata kelola digital secara substantif, bukan sekadar simbolik atau formalitas identitas organisasi.

Dengan demikian, penelitian ini berargumen bahwa *Islamic Digital Strategic Management* tidak dapat dipahami hanya sebagai integrasi sederhana antara teknologi digital dan nilai Islam, tetapi sebagai pendekatan *strategic management* yang berupaya membangun keseimbangan antara *innovation capability*, *ethical governance*, dan *sustainability orientation* dalam menghadapi kompleksitas transformasi digital modern. Pendekatan tersebut menjadi penting karena tantangan utama organisasi di era AI bukan hanya bagaimana meningkatkan efisiensi teknologi, tetapi juga bagaimana mempertahankan trust, legitimasi sosial, dan keberlanjutan organisasi di tengah perubahan lingkungan digital yang semakin disruptif dan tidak pasti.

Dengan demikian, *Islamic Digital Strategic Management* menjadi kerangka konseptual yang relevan dalam membantu organisasi dan bisnis syariah menghadapi tantangan transformasi digital di era persaingan global. Model ini menunjukkan bahwa integrasi antara digital *capability*, *innovation strategy*, dan *Islamic ethical governance* dapat menjadi fondasi utama dalam membangun *sustainable competitive advantage* organisasi yang lebih adaptif, etis, dan berkelanjutan.

³⁵ Robby Febrian, "Etika Penggunaan Kecerdasan Buatan Berdasarkan Relevansi Nilai-Nilai Pancasila Dalam Era Digital Modern," *Journal Of Education And Humanities (Jeh) Terekam* 1, No. 3 (2025): 38–53.

³⁶ Muhammad Luthfi Iznillah Et Al., "Reaksi Investor Terhadap Corporate Sustainability Performance: A Review Of Literature Using Stakeholder Theory," *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi* 4, No. 2 (2024): 300–311, <https://doi.org/10.56870/4pce9r80>.

³⁷ Riandi Saputra And Masyhuri Masyhuri, "Etika Syariah Dan Tekanan Kinerja Dalam Praktik Akuntansi: Analisis Ketegangan Antara Nilai Normatif Dan Realitas Organisasional," *Scripta Economica: Journal Of Economics, Management, And Accounting* 1, No. 3 (2026): 16–23, <https://doi.org/10.65310/Spbahq35>.

D. Penutup

Transformasi digital telah mengubah pola persaingan organisasi modern dari persaingan berbasis efisiensi menuju persaingan berbasis inovasi, *digital capability*, dan *adaptive capability*. Perkembangan *artificial intelligence*, *big data*, dan platform digital mendorong organisasi untuk melakukan transformasi strategis agar mampu bertahan dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan disruptif. Namun demikian, perkembangan tersebut juga memunculkan berbagai persoalan seperti krisis etika digital, eksploitasi data, menurunnya trust publik, serta lemahnya legitimasi sosial organisasi di era digital. Berdasarkan hasil penelitian, *strategic management* konvensional dinilai belum sepenuhnya mampu menjawab kompleksitas tantangan transformasi digital karena masih cenderung berorientasi pada profitabilitas dan efisiensi ekonomi semata. Dalam konteks tersebut, manajemen strategi Islam menawarkan pendekatan *strategic management* yang lebih holistik karena mengintegrasikan dimensi teknologi, etika, dan keberlanjutan organisasi dalam satu kerangka strategis yang terpadu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam seperti amanah, ihsan, integritas, transparansi, dan tanggung jawab sosial tidak hanya berfungsi sebagai prinsip moral organisasi, tetapi juga dapat menjadi *strategic organizational capability* yang memperkuat *digital trust*, *organizational legitimacy*, dan *sustainable competitive advantage* organisasi syariah di era transformasi digital. Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), *Islamic ethical governance* dapat diposisikan sebagai *intangible strategic resources* yang memiliki karakteristik *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-substitutable* (VRIN) sehingga berpotensi menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Penelitian ini juga menghasilkan konsep *Islamic Digital Strategic Management* sebagai model konseptual dalam membangun *sustainable competitive advantage* organisasi syariah di era digital. Model tersebut menempatkan integrasi antara *digital capability*, *innovation strategy*, dan *Islamic ethical governance* sebagai fondasi utama dalam memperkuat *adaptive capability*, *trust*, legitimasi organisasi, dan keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil penelitian, organisasi dan bisnis syariah disarankan untuk tidak hanya berfokus pada percepatan transformasi digital dan inovasi teknologi, tetapi juga memperkuat tata kelola etika, budaya organisasi, serta pembangunan trust dan legitimasi sosial organisasi. Integrasi antara *digital capability* dan *Islamic ethical governance* perlu diterapkan secara substantif dalam sistem *strategic management* organisasi agar transformasi digital tidak hanya menghasilkan efisiensi ekonomi, tetapi juga menciptakan keberlanjutan sosial dan moral organisasi. Selain itu, organisasi syariah perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusia, literasi digital, serta kemampuan *adaptive capability* agar mampu menghadapi perubahan lingkungan bisnis digital yang semakin kompleks dan kompetitif. Pengembangan sistem tata kelola digital yang transparan, aman, dan berbasis nilai Islam juga menjadi penting untuk memperkuat reputasi dan loyalitas publik terhadap organisasi syariah di era digital.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan melalui pendekatan empiris untuk menguji hubungan antara *digital capability*, *Islamic ethical governance*, *digital trust*, *organizational legitimacy*, dan *sustainable competitive advantage* pada organisasi dan bisnis syariah dalam konteks transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Muhammad Thoiful, Yusril Ihza Saputra, Moh Kamil, Muhammad Kholilur Rohman, Moh Holidi, Moh Muhlas, And Badrul Mudarris. "Manajemen Strategik Pesantren Di Era Digital : Menjembatani Tradisi Keilmuan Dan Inovasi Teknologi." *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi* 1, No. 3 (2025): 227–35. <https://doi.org/10.58472/Jmia.V1i3.171>.
- Adipurno, Setyo. "Peran Ekonomi Digital Islam Dan Fintech Syariah Dalam Mendukung Masyarakat Lokal." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 17, No. 1 (2025): 52–56. <https://doi.org/10.55049/Jeb.V17i1.393>.
- Adityangga, Krishna, And Muhammad Rafiuddin. "Implementasi Blockchain Memperkuat Maqasid Al-Shariah Melalui Peningkatan Transparasi, Keadilan, Dan Kepatuhan Dalam Ekosistem Digital." *Jurnal Al-Iqtisodiyah: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Ekonomi Islam* 1, No. 4 (2025): 159–70.
- Aji, Guruh Suksmono, And Iva Khoiril Mala. "Meningkatkan Kualitas Sdm Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif Perusahaan Di Era Digital : Tren , Inovasi , Dan Tantangan." *Jumek: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif* 2, No. 3 (2024): 1–17. <https://doi.org/10.59024/Jumek.V2i3.357>.
- Alisa, Nur, Pipi Arviana, Nur Azizah, Sudirman Sudirman, And Rika Ayu Ayu Parmitasari. "Menillik Konsep Dasar Manajemen Strategis Bisnis Di Era Transformasi Digital Berbasis Syariah." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, No. 1 (2024): 1740–52. <http://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/View/7769%0ahttp://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/Download/7769/5452>.
- Amory, Jeffriansyah Dwi Sahputra, Muhtar Mudo, And Rhena J. "Transformasi Ekonomi Digital Dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja Di Era Internet." *Jurnal Minfo Polgan* 14, No. 1 (2025): 28–37. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i1.14608>.
- Arjang, Arjang, Ruth Mariana Bunga Wadu, And Kraugusteeliana Kraugusteeliana. "Mengakselerasi Daya Saing Umkm Melalui Inovasi Teknologi: Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat Dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform." *Jurnal Minfo Polgan* 14, No. 2 (2025): 1608–18. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i2.15190>.
- Aslamiyah, Febianti, Rifka Adila Windarti, Septa Farleni, And Vicky F Sanjaya. "Pendekatan Resource-Based View (Rbv) Dalam Manajemen Bisnis : Strategi Untuk Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan." *Al-A'mal Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1, No. 2 (2024): 176–83.
- Bahtiar, Bahtiar, Suarifqi Diantama, And Teguh Arlovin. "Transformation Of Sharia Business Management Governance In The Digital Era." *Jurnal Fokus Manajemen* 5, No. 3 (2025): 635–44. <https://doi.org/10.37676/Jfm.V5i3.9409>.
- Bank, World. *World Development Report 2025: Standards For Development*. Vol. 2. Washington Dc: World Bank, 2025. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2275-9>.
- Banura Putra, Zaidani Faza, And Moh Ainul Yaqin. "Menjaga Keunggulan Kompetitif Melalui Pandangan Berbasis Sumber Daya Yang Dinamis." *Jurnal Prima Manajemen* 1, No. 2 (2025): 208–21.
- Eravia, Diana, And Samsir Samsir. "Meningkatkan Daya Saing Umkm Melalui Integrasi Resource Based View (Rbv) Dan Digital Marketing : Tinjauan Literatur Empiris." *Jurnal Bisnis Mahasiswa* 5, No. 5 (2025): 2672–85. <https://doi.org/10.60036/Jbm.801>.
- Farid, Farid. "Keunggulan Strategi Bersaing Ukm Di Sulawesi Tengah." *Akmen Jurnal Ilmiah* 14, No. 4 (2017): 653–63.

- Febrian, Robby. "Etika Penggunaan Kecerdasan Buatan Berdasarkan Relevansi Nilai-Nilai Pancasila Dalam Era Digital Modern." *Journal Of Education And Humanities (Jeh) Terekam 1*, No. 3 (2025): 38–53.
- Febriani, Dewi Alifiah, Jihani Firdausi, Dela Nafisyah Ali, Dita Utari Yulia Putri, Zainuna Ivada, Karin Syafira Widiyanto, Siti Sulasmi Kholifah, Nur Maulidyyah Rosanti, And Novia Dwi Afrilianti. "Peran Human Capital Dalam Meningkatkan Daya Saing Organisasi Di Era Transformasi Digital." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan 2*, No. 4 (2025): 48–53. <https://doi.org/10.69714/Nf73h154>.
- Hanifah, Siti. "Manajemen Strategi Dalam Bisnis Syariah Untuk Keberlanjutan Dan Keunggulan Kompetitif." *Al-Multazim: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah 5*, No. 1 (2025): 729–47. <https://doi.org/10.61132/Nuansa.V3i2.1772>.
- Hikmah, Durrotul, Arivatu Ni'mati Rahmatika, And Bakti Widyaningsih. "Inovasi Dan Kreativitas Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia (Sdm) Berbasis Nilai-Nilai Islam." *Jurnal Qosim : Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora 3*, No. 3 (2025): 1240–49. <https://doi.org/10.61104/Jq.V3i3.1962>.
- Huddin, Misba. "Manajemen Strategi Analisis Swot Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Bmt Nu Pusat Gapura Sumenep." *Jurnal Al-Idārah 2*, No. 1 (2021): 94–111. <https://doi.org/10.35316/Idarah.2021.V2i1.94-111>.
- Iznillah, Muhammad Luthfi, Julita Julita, M Rasuli, And Nasrizal Nasrizal. "Reaksi Investor Terhadap Corporate Sustainability Performance: A Review Of Literature Using Stakeholder Theory." *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi 4*, No. 2 (2024): 300–311. <https://doi.org/10.56870/4pce9r80>.
- Jayanto, Imam, And Dewa Oka Suparwata. "Peran Artificial Intelligence Dalam Mendorong Inovasi Produk Dan Model Bisnis Pada Technopreneur Di Era Ekonomi Digital." *Jurnal Minfo Polgan 14*, No. 2 (2025): 2862–74. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i2.15568>.
- Juninda, Nisa Amelia, Rahmalia Rahmalia, Yohan Oktavia, And Vicky F Sanjaya. "Strategic Agility Sebagai Strategi Kompetitif Di Era Disrupsi Digital." *Al-A'mal Jurnal Manajemen Bisnis Syariah 1*, No. 2 (2024): 205–16.
- Nisaa, Rizka Khoirotnun, Salsabila Maulidya Supriadi Bahrim, And Irda Agustin Kustiwi. "Teknologi Digital Dan Transformasi Internal Audit Terhadap Perlakuan Laporan Keuangan : Studi Literatur." *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (Jumia) 2*, No. 2 (2024): 263–77. <https://doi.org/10.55606/Jumia.V2i2.2596>.
- Nufuz, Devi Alhayatun, Muhammad Hadyanshah Mahendra, Abdullah Faqih, Wijito Wijito, And Nurul Setianingrum. "Strategi Efektif Dalam Manajemen Perubahan: Membangun Ketahanan Organisasi Di Era Digital." *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara 1*, No. 6 (2025): 540–47. <https://doi.org/10.59435/Menulis.V1i6.388>.
- Nur, Noval, Niswari Niswari, And Eliyanti Mokodompit. "Model Formulasi Dan Implementasi Strategi Bisnis Pada Manajemen Strategik Organisasi Kontemporer" 14, No. 4 (2025): 495–504. <https://doi.org/10.37476/Jbk.V14i4.5561>.
- Nuryanto, Heri, Ade Kartika Putri, And Desiana Anggraini. "Manajemen Strategik Dan Kinerja Organisasi: Pendekatan Konseptual." *Journal Of Organizational Analysis And Performance 2*, No. 1 (2026): 80–88. <https://doi.org/10.64845/Optimanus.V2i1.186>.
- Rahmatika, Arivatu Ni'mati, Bakti Widyaningsih, And Dewi Ayu Puspita Sari. "Manajemen Kinerja Dalam Sumber Daya Manusia Islami." *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah 5*, No. 1 (2025): 22–32. <https://doi.org/10.32764/Izdihar.V5i02.6035>.
- Ramadani, Tri Fenny, Ahmad Ahmad, Annisa Marcellah, And Ahmad Mukhtar. "Eksplorasi Konsep Dan Model Kepemimpinan Dalam Manajemen Strategik."

- Indonesian Journal Of Innovation Multidisipliner Research* 2, No. 2 (2024): 243–64. <https://doi.org/10.69693/Ijim.V2i2.135>.
- Samsiyah, Samsiyah, Bayu Sudrajat, Fadoli Fadoli, Habib Ja'far Sodik, And Erik Ma'ruf. "Transformasi Digital Dalam Perbankan Syariah : Strategi , Tantangan , Dan Peluang Menuju Era Keuangan Inklusif." *Tijarah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis Syariah* 2, No. 4 (2025): 204–14.
- Saputra, Riandi, And Masyhuri Masyhuri. "Etika Syariah Dan Tekanan Kinerja Dalam Praktik Akuntansi: Analisis Ketegangan Antara Nilai Normatif Dan Realitas Organisasional." *Scripta Economica: Journal Of Economics, Management, And Accounting* 1, No. 3 (2026): 16–23. <https://doi.org/10.65310/Spbahq35>.
- Sulaeman, Asep Hasan. "Pengembangan Sumber Daya Manusia Unggul Melalui Transformasi Digital Berbasis Ekonomi Islam." *Equality : Journal Of Islamic Law (Ejil)* 4, No. 1 (2026): 99–112. <https://doi.org/10.15575/Ejil.V4i1.2063>.
- Sulistyowati, Raya, Yessy Artanti, Dian Arlupi Utami, Yesa Cahyaning Ramadhani, Suharyoto Suharyoto, Aam Waro' Panotogomo, Novi Rahman Hidayat, Et Al. *Transformasi Digital Dan Inovasi Dalam Bisnis Manajemen*. Edited By Dewie Tri Wijaya Wardoyo. Pertama. Surakarta: Tahta Media, 2025.
- Wardani, Ananda Rizka, Yunita Mandasari, Muhammad Anshori Shaleh, Dwi Putri Ningsih, Wayan Dhani Bimantara, And Mu'alimin Mu'alimin. "Inovasi Organisasi Di Era Industri 4.0: Strategi, Tantangan, Dan Peluang." *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 1, No. 6 (2025): 115–29. <https://doi.org/10.59435/Menulis.V1i6.332>.
- Wijaya Putri, Nadine Wulan, Nahya Nahya, And Tathia Putri Inasyah. "Etika Dan Spiritualitas Dalam Teori Produksi Ekonomi Islam Menuju Produktivitas Berkelanjutan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 2, No. 4 (2025): 131–42. <https://doi.org/10.61722/Jemba.V2i4.1097>.
- Wiryo, Anton, Agustiani Alliy Nurillahi, Annisa Fitri Anggraeni, And Winna Roswinna. "Peran Strategic Human Resource Management Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi: Pendekatan Dynamic Capability Theory." *Jmbi : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika* 6, No. 1 (2025): 1–9. <https://doi.org/10.31967/Prodimanajemen.V6i1.1549>.
- Yulianto, Yoga Agus, And Cecep Castrawijaya. "Inovasi Dakwah Berbasis Kewirausahaan Islami: Strategi Adaptif Dan Kolaboratif Di Era Disruptif." *Journal Of Business Economics And Management* 2, No. 2 (2025): 1984–91.
- Zakiah, Nurfitriani Fitrotu, And Vina Prabaningtyas. "Manajemen Strategis Lembaga Pendidikan Islam Dalam Menghadapi Tantangan Global." *Addabani: Interdisciplinary Journal Of Islamic Education* 1, No. 1 (2023): 1–13. <https://doi.org/10.52593/Adb.01.1.01>.