

**MENILAI KETERKAITAN ANTARA PEMASARAN
KEWIRAUSAHAAN, KEUNGGULAN KOMPETITIF, DAN KINERJA
BANK SYARIAH DI KABUPATEN PASURUAN**

Muhammad Nizar

Email: muhammadnizar@yudharta.ac.id*,

*Universitas Yudharta Pasuruan Jl. Yudharta No. 7 Sengonagung Kec. Purwosari
Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur 67162*

Antin Rakhmawati

Email: antinrakhmawati@yudharta.ac.id,

*Universitas Yudharta Pasuruan Jl. Yudharta No. 7 Sengonagung Kec. Purwosari
Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur 67162*

Noer Laili

*Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah As-Salafiyah Jl. Raya Pakong - Waru No.34, Duko,
Sumber, Kec. Pakong, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69352*

Email: noerlaili0889@gmail.com

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menilai keterkaitan antara pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengumpulkan data dari bank syariah di daerah tersebut melalui metode convenience sampling dan menganalisisnya menggunakan perangkat lunak Smart Partial Least Squares (Smart-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan langsung terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja bank syariah. Selain itu, keunggulan kompetitif juga berperan sebagai mediator dalam hubungan antara pemasaran kewirausahaan dan kinerja bank. Namun, gaya kepemimpinan tidak terbukti memoderasi hubungan tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa fokus utama bank syariah di Kabupaten Pasuruan harus pada pengembangan strategi pemasaran kewirausahaan untuk memperkuat keunggulan kompetitif dan kinerja mereka. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengeksplorasi pengaruh pemasaran kewirausahaan terhadap hasil organisasi dalam konteks perbankan syariah serta memperkenalkan gaya kepemimpinan sebagai variabel penelitian dalam studi ini.

Kata Kunci: Pemasaran Kewirausahaan, Keunggulan Kompetitif, Kinerja Bank Syariah, Gaya Kepemimpinan, Smart-PLS, Bank Syariah.

Abstract:

This research aims to assess the relationship between entrepreneurial marketing, competitive advantage, and the performance of Islamic banks in Pasuruan Regency. Using a quantitative approach, this research collects data from Islamic banks in the area using a convenience sampling method and analyzes it using Smart Partial Least Squares (Smart-PLS) software. The research results show that entrepreneurial marketing has a direct significant influence on the competitive advantage and performance of Islamic banks. In addition, competitive advantage also acts as a mediator in the relationship between entrepreneurial marketing and bank performance. However, vigilant leadership has not been shown to moderate this relationship. These findings indicate that the main focus of Islamic banks in Pasuruan Regency should be on developing entrepreneurial marketing strategies to strengthen their competitive advantage and performance. This research makes a new contribution by exploring the influence of entrepreneurial marketing on organizational outcomes in the context of Islamic banking as well as introducing vigilant leadership as a research variable in this study.

Keywords: Entrepreneurial Marketing, Competitive Advantage, Sharia Bank Performance, Leadership Style, Smart-PLS, Sharia Bank.

Pendahuluan

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, termasuk di Kabupaten Pasuruan. Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal¹. Salah satu faktor penting dalam kesuksesan bank syariah adalah kemampuannya untuk mengimplementasikan pemasaran kewirausahaan yang efektif dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar.² Keunggulan kompetitif

¹ Heri Irawan, Ilfa Dianita, and Andi Deah Salsabila Mulya, "Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional," *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2021, <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i2.686>.

² Anggiearanidipta Suma Muhammadsjah, "Peranan Knowledge Management Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif BTPN Syariah," *Jurnal Pembelajaran Inovatif*, 2018, <https://doi.org/10.21009/jpi.012.06>.

adalah kemampuan suatu organisasi untuk menawarkan produk atau layanan yang lebih baik, lebih unik, atau lebih efisien dibandingkan pesaingnya, sehingga dapat menciptakan nilai lebih bagi pelanggan dan mencapai hasil yang lebih baik di pasar.³

Namun, meskipun potensi bank syariah di Kabupaten Pasuruan cukup besar, tantangan dalam mengoptimalkan kinerja mereka masih menjadi isu utama, disamping itu memang indeks pembangunan manusia di Kabupaten masih cukup rendah, sebagaimana table 1. Salah satu permasalahan yang selanjutnya adalah penerapan strategi pemasaran kewirausahaan yang kurang inovatif dan sesuai dengan karakteristik pasar lokal. Bank syariah seringkali menghadapi kendala dalam mengimplementasikan pemasaran yang efektif, yang dapat menghambat efektivitas promosi dan akuisisi nasabah baru.⁴ Selain itu, dalam menghadapi persaingan yang ketat, penting bagi bank syariah untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.⁵ Namun, menciptakan dan mempertahankan keunggulan tersebut menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam membedakan diri dari pesaing. Akibatnya, kinerja bank syariah di wilayah ini belum sepenuhnya optimal. Faktor-faktor seperti efektivitas pemasaran dan keunggulan kompetitif secara langsung mempengaruhi hasil kinerja yang tercermin dalam aspek finansial dan operasional bank.⁶

No.	Kota/Kabupaten	2021	2022	2023
1	Kota Surabaya	82,31	82,74	83,45
2	Kota Malang	82,04	82,71	83,39
3	Kota Madiun	81,25	82,01	82,71
10	Kota Pasuruan	75,62	76,54	77,17
28	Kabupaten Pasuruan	68,93	69,68	70,29

Sumber: BPS⁷.

Tabel 1. Indek Pembangunan Manusia di Jawa Timur

³ Heni Pujiastuti, "Strategi Pengelolaan Dana Bank Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perbankan Syariah Di Era Disrupsi," *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2022, <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i1.24>.

⁴ "Analisis Karakteristik Pemasaran Syariah Pada Bank Syariah Mandiri," *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2020, <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i3.99>.

⁵ Pasamalangi Mario Saskara and Hermawan Moch Rizal, "Pengembangan Business Model Canvas Untuk Menciptakan Competitive Advantage Seabank Indonesia," *Jurnal Impresi Indonesia*, 2023, <https://doi.org/10.58344/jii.v2i1.1921>.

⁶ Mohammad Hamim Sultoni and Sudarmiatiin Sudarmiatiin, "Loyalty as Affecting Mediator of Service Quality And Customer Satisfaction Towards Competitive Advantage," *MBIA*, 2021, <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1310>.

⁷ BPS, "Indek Pembangunan Manusia," 2023.

Penelitian ini mengeksplorasi hubungan kompleks antara pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, gaya kepemimpinan, kepemilikan, dan kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan.⁸ Pemasaran kewirausahaan yang inovatif berperan penting dalam meningkatkan kinerja bank syariah, karena strategi pemasaran yang efektif dapat menarik nasabah baru dan memperkuat hubungan dengan nasabah yang ada.⁹ Di sisi lain, keunggulan kompetitif memungkinkan bank syariah untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik lebih banyak nasabah, yang berdampak positif pada kinerja finansial dan operasional bank.¹⁰ Gaya kepemimpinan yang *visioner* dan *wigilant* mempengaruhi penerapan pemasaran kewirausahaan dengan mendukung inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar.¹¹ Kepemimpinan yang efektif memungkinkan penerapan strategi pemasaran yang kreatif dan responsif, meningkatkan kinerja bank syariah.¹² Selain itu, kepemilikan bank, baik yang lokal maupun dikelola oleh pihak yang memahami pasar, dapat memberikan keunggulan kompetitif dan mempengaruhi kinerja bank secara langsung.¹³ Penelitian ini mengintegrasikan variabel-variabel ini untuk memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana masing-masing faktor berinteraksi dan mempengaruhi kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan kinerja bank syariah dengan cara mengadaptasi strategi yang sesuai dengan kebutuhan

⁸ Edi Suandi et al., "Evaluating the Relationship between Entrepreneurial Marketing, Competitive Advantage, and Islamic Banks Performance," *Journal of Financial Services Marketing*, 2023, <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00169-6>

⁹ Brenda Langat and Gerald Atheru, "Customer Relationship Management and Competitive Advantage of Commercial Banks in Kenya," *International Journal of Business Management, Entrepreneurship and Innovation*, 2023, <https://doi.org/10.35942/hjgxf95>.

¹⁰ Steph Subanidja, Fangky Antoneus Sorongan, and Mercurius Broto Legowo, "Leveraging Financial Technology Entity into Sustainable Bank Performance through a Competitive Advantage," *Emerging Science Journal*, 2022, <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-01-04>.

¹¹ Suandi et al., "Evaluating the Relationship between Entrepreneurial Marketing, Competitive Advantage, and Islamic Banks Performance."

¹² Fadye Saud Alfayad, "The Impact of Bank Performance towards Technology and Marketing Strategy on Omni-Channel Adoption in Saudi Banking Sector," *Cuadernos de Economia*, 2021, <https://doi.org/10.32826/cude.v1i124.502>.

¹³ Mohammad Suleiman Awwad and Ali Muhammad Qtaishat, "The Impact of Intellectual Capital on Financial Performance of Commercial Banks: The Mediating Role of Competitive Advantage," *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 2023, <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2023.10049257>.

pasar lokal.¹⁴ Pemasaran kewirausahaan berfokus pada inovasi, kreativitas, dan adaptasi yang dapat mendukung pertumbuhan bank syariah.¹⁵ Selain itu, keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui diferensiasi produk dan layanan dapat meningkatkan daya saing bank syariah di pasar.¹⁶ Studi-studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa kinerja bank syariah sangat dipengaruhi oleh penerapan strategi pemasaran yang efektif dan kemampuan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.¹⁷

Meski terdapat penelitian yang menghubungkan pemasaran kewirausahaan dan keunggulan kompetitif dengan kinerja bank syariah, studi yang spesifik di Kabupaten Pasuruan masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan mengeksplorasi: Bagaimana pemasaran kewirausahaan diterapkan di bank syariah di Kabupaten Pasuruan?. Apa saja faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif bank syariah di wilayah tersebut?. Bagaimana keterkaitan antara pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan?

Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dalam beberapa aspek penting. Pertama, dengan fokus pada Kabupaten Pasuruan daerah yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur terkait bank syariah, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pasar lokal yang unik. Kedua, penelitian ini menilai keterkaitan antara pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja bank syariah dengan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi, menawarkan wawasan yang lebih holistik mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut. Ketiga, penelitian ini mengidentifikasi strategi pemasaran kewirausahaan yang efektif, khususnya untuk diterapkan di bank syariah dengan karakteristik lokal yang spesifik, yang dapat diadaptasi oleh bank syariah di daerah lain dengan kondisi serupa,

¹⁴ Aziz Ur Rehman, Ejaz Aslam, and Anam Iqbal, "Intellectual Capital Efficiency and Bank Performance: Evidence from Islamic Banks," *Borsa Istanbul Review*, 2022, <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.02.004>.

¹⁵ Hanif, Zulkarnain, and Eka Armis Pailis, "Analisis Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dan Inovasi UMKM Binaan KPw Bank Indonesia Provinsi Riau," *Jurnal EMT KITA*, 2022, <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.521>.

¹⁶ Kartika Marella Vanni and Viki Safirotnu Nadan, "Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2023, <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.197>.

¹⁷ Paulus Junico Pasaribu, Baihaqi Baihaqi, and Yumiati Yumiati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bengkulu," *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2022, <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1389>.

sehingga memberikan panduan praktis untuk pengembangan strategi pemasaran di sektor perbankan syariah.

Tinjauan Literatur

Pemasaran Kewirausahaan

Pemasaran Kewirausahaan didefinisikan oleh Suandi sebagai identifikasi proaktif dan eksploitasi peluang untuk menemukan dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan melalui pendekatan inovatif terhadap manajemen risiko, pemanfaatan sumber daya, dan penciptaan nilai.¹⁸ Berbeda dari pemasaran tradisional yang lebih fokus pada koordinasi bauran pemasaran dan pembangunan merek, pemasaran kewirausahaan melibatkan pemasar sebagai agen perubahan internal dan eksternal serta pencipta kategori. Pemasaran kewirausahaan menekankan penggunaan sumber daya secara inovatif dan efisien, serta pendekatan kreatif untuk memenuhi kebutuhan pasar.¹⁹

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, meskipun penelitian dalam konteks perbankan masih terbatas. Penelitian oleh Beni menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan berkontribusi signifikan pada peningkatan kinerja di usaha kecil dan menengah, namun sedikit yang membahas dampaknya pada sektor perbankan.²⁰ Sebagai contoh, Lida menemukan bahwa penerapan pemasaran kewirausahaan di bank syariah di Banking Mellet memberikan hasil positif, meskipun konteksnya berbeda.²¹ Penelitian di negara mayoritas Muslim, seperti Indonesia, juga menunjukkan adanya penerapan pemasaran kewirausahaan dalam perbankan syariah, menegaskan relevansi konsep ini.²²

¹⁸ Suandi et al., "Evaluating the Relationship between Entrepreneurial Marketing, Competitive Advantage, and Islamic Banks Performance."

¹⁹ Prof. N. G. Nwokah and Elizabeth Ledisi Poi, "Innovation Diffusion and Sustainable Development of Deposit Money Banks in South-South Nigeria: The Moderating Role of Entrepreneurial Marketing," *INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKETING AND COMMUNICATION STUDIES*, 2023, <https://doi.org/10.56201/ijmcs.v6.no1.2022.pg21.36>.

²⁰ Beni Sucipto, "PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI PRODUK (STUDY PADA UMKM MANIK-MANIK DESA PLUMBON GAMBANG)," *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 2018.

²¹ Lida Safir Mardanlo, "Considering the Effect of Strategic Orientation on Marketing Capabilities (Bank Mellat Case Study)," *Visi Jurnal Akademik*, 2015.

²² Ihsan Mulia Siregar and Slamet Haryono, "Green Banking: Operating Costs on Operating Income, Capital Adequacy Ratio, Financial Slack, Sustainability Officer, and Sustainability Committee," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2023, <https://doi.org/10.20473/vol10iss20235pp427-442>.

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan Kompetitif dalam konteks ini berhubungan erat dengan kemampuan bank syariah untuk membedakan diri dari pesaing melalui inovasi, kualitas layanan, dan efisiensi operasional. Suandi menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan, melalui strategi diferensiasi dan inovasi, dapat meningkatkan keunggulan kompetitif.²³ Keunggulan kompetitif memungkinkan bank syariah untuk mengatasi persaingan ketat dan meningkatkan daya tarik bagi nasabah.²⁴ Penelitian oleh Damberg mengidentifikasi bahwa tidak semua dimensi pemasaran kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja, menekankan pentingnya pemahaman yang mendalam tentang elemen-elemen yang mempengaruhi keunggulan kompetitif.²⁵

Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Bank Syariah

Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Bank syariah diukur dengan pendekatan *Resource Based View* yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif adalah faktor utama dalam meningkatkan kinerja organisasi.²⁶ Penelitian oleh Roba menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dapat mendorong kinerja yang lebih baik.²⁷ Namun, Mulim mengingatkan bahwa keunggulan kompetitif tidak selalu menjamin peningkatan kinerja secara langsung, karena faktor eksternal juga dapat mempengaruhi hasil.²⁸

Peran Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Mediasi dalam hubungan antara pemasaran kewirausahaan dan kinerja bank syariah juga penting untuk dicermati. Penelitian oleh Sarabjeet menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan fokus pada pencapaian keunggulan

²³ Suandi et al., "Evaluating the Relationship between Entrepreneurial Marketing, Competitive Advantage, and Islamic Banks Performance."

²⁴ Hesti Budiwati, "Commercial Banks Versus BPR: Advantages Based On Perception, Hope And Customer Interest," *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 2017, <https://doi.org/10.30741/adv.v1i2.191>.

²⁵ Svenja Damberg, "Customer-Perceived Reputation and Sustainable Satisfaction in the German Banking Sector: An Abstract," in *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, 2022, https://doi.org/10.1007/978-3-030-95346-1_121.

²⁶ Debadutta Panda and Sriharsha Reddy, "Resource Based View of Internationalization: Evidence from Indian Commercial Banks," *Journal of Asia Business Studies*, 2016, <https://doi.org/10.1108/JABS-10-2014-0082>.

²⁷ Roba Ashraf Abdelbadie and Aly Salama, "Corporate Governance and Financial Stability in US Banks: Do Indirect Interlocks Matter?," *Journal of Business Research*, 2019, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.047>.

²⁸ Wojciech Smętek et al., "Resource-Based View of Laboratory Management: Tissue Bank ATMP Production as a Model," in *Biochemical Testing - Clinical Correlation and Diagnosis*, 2020, <https://doi.org/10.5772/intechopen.86561>.

kompetitif.²⁹ Bustinza menyoroti pentingnya keunggulan kompetitif dalam memediasi hubungan ini, mengatasi inkonsistensi dalam hasil penelitian sebelumnya.³⁰

Peran Moderasi gaya kepemimpinan terhadap pemasaran kewirausahaan dan kinerja bank syariah juga menjadi aspek penting. Djalil berpendapat bahwa gaya kepemimpinan memainkan peran penting dalam pemasaran kewirausahaan karena karakteristik adaptifnya.³¹ Kepemimpinan yang respek memungkinkan organisasi untuk mengelola perubahan dan mengarahkan strategi pemasaran yang efektif.³² Penelitian oleh Quaquebeke menekankan bahwa gaya kepemimpinan dapat meningkatkan kinerja organisasi dengan mengintegrasikan pemindaian lingkungan dan perencanaan skenario.³³ Berdasarkan tinjauan ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Pemasaran kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan kompetitif bank syariah di Kabupaten Pasuruan.

H2: Pemasaran kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan.

H3: Keunggulan kompetitif berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan.

H4: Keunggulan kompetitif memediasi hubungan antara pemasaran kewirausahaan dan kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan.

H5: Gaya Kepemimpinan memoderasi hubungan antara pemasaran kewirausahaan dan kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menguatkan hubungan antara variabel-variabel ini dalam konteks bank syariah di Kabupaten Pasuruan. Adapun gambar kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:

²⁹ Sarabjeet Kour Sudan and Bodh Raj Sharma, "Learning Strategic Orientation for Enhancing Business Performance," *International Journal of Knowledge Management and Practices*, 2015, <https://doi.org/10.21863/ijkmp/2015.3.1.004>.

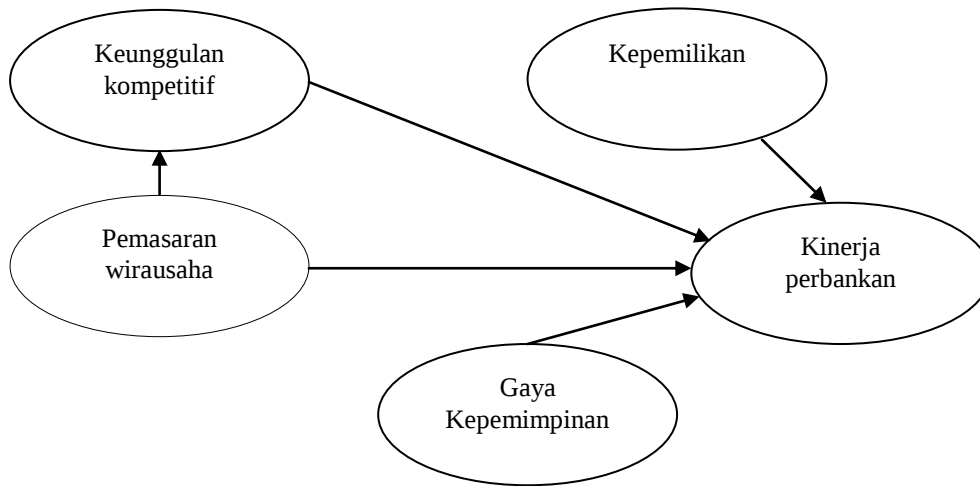
³⁰ Oscar F. Bustinza et al., "Servitization and Competitive Advantage: The Importance of Organizational Structure and Value Chain Position," *Research Technology Management*, 2015, <https://doi.org/10.5437/08956308X5805354>.

³¹ Muslim Abdul Djalil et al., "The Importance of Entrepreneurial Leadership in Fostering Bank Performance," *International Journal of Bank Marketing*, 2023, <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2022-0481>.

³² Fabiola H. Gerpott, Ulrike Fasbender, and Anne Burmeister, "Respectful Leadership and Followers' Knowledge Sharing: A Social Mindfulness Lens," *Human Relations*, 2020, <https://doi.org/10.1177/0018726719844813>.

³³ Niels van Quaquebeke and Tilman Eckloff, "Defining Respectful Leadership: What It Is, How It Can Be Measured, and Another Glimpse at What It Is Related To," *Journal of Business Ethics*, 2010, <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0087-z>.

Gambar 1. Kerangka konseptual penelitian



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.³⁴ Populasi dalam penelitian ini terdiri dari cabang-cabang bank syariah yang beroperasi di Kabupaten Pasuruan, Indonesia. Berdasarkan data yang tersedia, terdapat 4 cabang bank syariah di wilayah tersebut, diantaranya Bank Syariah Indonesia dan Bank Muamalat. Sampel diambil dengan menggunakan metode *convenience sampling*, yang melibatkan pemilihan cabang bank yang bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menghubungi setiap cabang bank syariah melalui offline dengan langsung datang ke bank.³⁵

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan model penelitian sebelumnya. Variabel-variabel yang diteliti meliputi pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, gaya kepemimpinan, kepemilikan, dan kinerja bank. Kuesioner dirancang untuk mengukur dimensi-dimensi berikut:

1. Pemasaran Kewirausahaan: Mengacu pada dimensi proaktif, inovasi, dan pemanfaatan sumber daya, yang dikembangkan berdasarkan model Morris.³⁶

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

³⁵ Ilker Etikan, "Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling," *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 2016, <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>.

³⁶ Fabian Most, Francisco J. Conejo, and Lawrence F. Cunningham, "Bridging Past and Present Entrepreneurial Marketing Research: A Co-Citation and Bibliographic Coupling

2. Keunggulan Kompetitif: Diukur berdasarkan dimensi-dimensi seperti diferensiasi produk, inovasi, dan efisiensi operasional, yang diadaptasi dari model Sullivan.³⁷
3. Kinerja Bank Syariah: Meliputi aspek finansial dan operasional yang berkaitan dengan pertumbuhan, efisiensi, dan kepuasan nasabah, yang dikembangkan dari model Hox.³⁸

Kuesioner terdiri dari 30 item yang diukur pada skala Likert 1-6, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Pengujian kuisisioner dilakukan pada sampel awal sebanyak 10 responden untuk memastikan validitas dan reliabilitas. Analisis dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi internal. Item-item yang tidak memenuhi reliabilitas minimum sebesar 0,700 akan dihapus. Proses ini mengakibatkan penghapusan 3 item dari variabel pemasaran kewirausahaan dan 2 item dari variabel keunggulan kompetitif. Data yang dikumpulkan dari 20 responden akan dianalisis menggunakan teknik *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk memvalidasi konstruk dari kuesioner.³⁹ Selanjutnya, analisis statistik akan dilakukan untuk menguji hubungan antara pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja bank syariah menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).⁴⁰

Hasil penelitian akan memberikan wawasan tentang keterkaitan antara pemasaran kewirausahaan dan keunggulan kompetitif serta dampaknya terhadap kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya literatur mengenai strategi pemasaran dan keunggulan kompetitif dalam konteks perbankan syariah serta memberikan rekomendasi praktis untuk peningkatan kinerja bank syariah di wilayah tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Analysis," *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 2018, <https://doi.org/10.1108/JRME-11-2017-0049>.

³⁷ Gillian Sullivan Mort, Jay Weerawardena, and Peter Liesch, "Advancing Entrepreneurial Marketing," *European Journal of Marketing*, 2012, <https://doi.org/10.1108/03090561211202602>.

³⁸ I Nengah Suardhika and Ni Kadek Suryani, "Strategic Role of Entrepreneurial Marketing and Customer Relation Marketing To Improve Competitive Advantage in Small and Medium Enterprises in Bali Indonesia," *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 2016.

³⁹ J. J. Hox, "Confirmatory Factor Analysis," in *The Encyclopedia of Research Methods in Criminology and Criminal Justice: Volume II: Parts 5-8*, 2021, <https://doi.org/10.1002/9781119111931.ch158>.

⁴⁰ Christian M. Ringle et al., "A Perspective on Using Partial Least Squares Structural Equation Modelling in Data Articles," *Data in Brief*, 2023, <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109074>.

Berikut adalah hasil uji validitas konvergen dari variabel penelitian.

Variabel Laten	Indikator	Loading	CR	AVE
Pemasaran Wirausaha	X2.69	0,553	0,666945	0,384
	X2.68	0,527		
	X2.73	0,507		
	X2.74	0,547		
	X2.75	0,494		
	X2.76	0,502		
	X2.77	0,532		
	X2.78	0,516		
	X2.82	0,521		
	X2.83	0,494		
	X2.83	0,483		
	X2.85	0,499		
	X2.87	0,517		
	X2.88	0,513		
Keunggulan Kompetitif	Y1.31	0,581	0,651383	0,417
	Y1.31	0,574		
	Y1.34	0,547		
	Y1.35	0,563		
	Y1.35	0,476		
	Y1.38	0,505		
	Y1.38	0,576		
	Y1.42	0,505		
	Y1.42	0,533		
	Y1.44	0,526		
Gaya Kepemimpinan	M1.120	0,501	0,638884	0,432
	M1.116	0,517		
	M1.116	0,524		
	M1.109	0,544		
	M1.110	0,556		
	M1.111	0,573		
Kinerja Bank	M1.107	0,590	0,673612	0,413
	Z1.10	0,494		
	Z1.11	0,500		
	Z1.12	0,549		
	Z1.13	0,510		
	Z1.15	0,539		
	Z1.14	0,536		
	Z1.15	0,534		
	Z1.16	0,559		
	Z1.17	0,507		
	Z1.20	0,556		
	Z1.21	0,550		
	Z1.20	0,538		
	Z1.22	0,536		
	Z1.23	0,566		
	Z1.25	0,572		
	Z1.25	0,567		
	Z1.25	0,547		
	Z1.27	0,538		
	Z1.27	0,528		
	Z1.28	0,531		

Tabel 2. Hasil uji validitas konvergen dari variabel penelitian

Gambar 1 dan 2 menampilkan hasil teknik pemodelan persamaan PLS (*Partial Least Square*) menggunakan Smart PLS. Untuk menguji hipotesis yang menduga adanya hubungan positif dan signifikan antara pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, gaya kepemimpinan, dan kinerja bank, hasil Smart PLS dapat dianalisis. Analisis ini ditampilkan pada Gambar 1, 2, dan Tabel 3. Hasilnya menunjukkan bahwa koefisien determinasi, R^2 , adalah 0,515 untuk keunggulan kompetitif dan 0,481 untuk kinerja bank. Ini berarti bahwa pemasaran kewirausahaan menjelaskan 51,5 persen dari varians keunggulan kompetitif, sementara pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan gaya kepemimpinan secara bersama-sama menjelaskan 48,1 persen dari varians kinerja bank.

Hasil Smart PLS juga menunjukkan bahwa determinan keunggulan kompetitif, yaitu pemasaran kewirausahaan, memiliki koefisien jalur sebesar 0,718, sementara determinan kinerja bank memiliki koefisien jalur sebagai berikut: -0,176 untuk pengaruh kepemilikan, 0,219 untuk pengaruh pemasaran kewirausahaan, 0,470 untuk pengaruh keunggulan kompetitif, 0,030 untuk pengaruh gaya kepemimpinan, dan 0,013 untuk pengaruh moderasi dari gaya kepemimpinan pada hubungan pemasaran kewirausahaan terhadap kinerja bank. Dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh terkuat terhadap kinerja bank.

Tabel 3 dan Gambar 2 menunjukkan signifikansi jalur struktural dalam bootstrapping. Selanjutnya, untuk memeriksa apakah koefisien jalur dari model internal signifikan atau tidak, dapat digunakan uji t dua sisi dengan tingkat signifikansi 5 persen. Hasilnya menunjukkan bahwa empat dari lima hubungan jalur yang dihipotesiskan secara statistik signifikan dengan tingkat signifikansi 5 persen. Selain itu, efek mediasi dari keunggulan kompetitif signifikan pada tingkat signifikansi 1 persen. Oleh karena itu, hipotesis yang mengusulkan adanya hubungan positif dan signifikan antara pemasaran kewirausahaan dengan keunggulan kompetitif dan kinerja bank didukung, sementara hipotesis yang mengusulkan efek moderasi positif dan signifikan dari gaya kepemimpinan pada pengaruh pemasaran kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan ditolak.

Variabel	Pemasaran Wirausaha	Keunggulan Kompetitif	Gaya Kepemimpinan	Kinerja Bank
Pemasaran Wirausaha	1.000	0,499	0,513889	0,40625
Keunggulan Kompetitif	0,498611	1000,000	0,439583	0,450694

Gaya Kepemimpinan	0,513889	0,440	1.000	0,338194
Kinerja Bank	0,40625	0,451	0,338194	1.000

Tabel 3. Uji validitas diskriminan

Tabel ini menunjukkan matriks korelasi antara variabel-variabel Entrepreneurial Marketing, Competitive Advantage, Vigilant Leadership, dan Bank Performance. Diagonal tabel (nilai 1.000) menunjukkan korelasi sempurna masing-masing variabel dengan dirinya sendiri.

Pembahasan

Pengaruh yang signifikan dari pemasaran kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif telah didukung oleh berbagai penelitian sebelumnya, baik yang mengukur pengaruh ini secara parsial melalui orientasi pemasaran maupun secara langsung melalui konsep pemasaran kewirausahaan.⁴¹ Selain itu, konsep pemasaran kewirausahaan juga telah diterapkan dalam konteks perbankan syariah.⁴² Oleh karena itu, temuan penelitian ini tidaklah mengejutkan dan sangat relevan dengan teori serta temuan empiris sebelumnya.

Pemasaran kewirausahaan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif karena konsep ini sangat bergantung pada inovasi. Inovasi memungkinkan bank syariah untuk memiliki perbedaan yang jelas dari bank konvensional. Perbedaan yang jelas ini menciptakan keunggulan kompetitif antar industri, sementara perbedaan dalam penerapan antar bank syariah menciptakan keunggulan kompetitif antar perusahaan. Oleh karena itu, wajar jika pemasaran kewirausahaan memiliki dampak signifikan terhadap keunggulan kompetitif perusahaan.⁴³

Dalam literatur pemasaran, konsep risiko digunakan sebagai bagian inti dari strategi pemasaran kewirausahaan. Pujiastuti mengkonseptualisasikan pemasaran kewirausahaan melalui tiga dimensi: pengendalian perubahan (inovasi), *bootstrapping* (efisiensi biaya), dan pengambilan risiko.⁴⁴ Mereka berpendapat bahwa pengambilan risiko merupakan bagian tak terpisahkan dari inovasi, yang menciptakan sesuatu yang baru dan dengan demikian melibatkan risiko. Dalam konteks ini,

⁴¹ Sucipto, "PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI PRODUK (STUDY PADA UMKM MANIK-MANIK DESA PLUMBON GAMBANG)."

⁴² Nwokah and Poi, "Innovation Diffusion and Sustainable Development of Deposit Money Banks in South-South Nigeria: The Moderating Role of Entrepreneurial Marketing."

⁴³ Nwokah and Poi.

⁴⁴ Pujiastuti, "Strategi Pengelolaan Dana Bank Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perbankan Syariah Di Era Disrupsi."

pemasaran kewirausahaan memandang risiko secara maksimal, atau mengambil risiko dalam rentang menengah hingga tinggi. Misalnya, indikator yang diajukan oleh Pujiastuti mencerminkan keberanian dalam mengambil risiko, seperti mendorong karyawan untuk berani mengambil risiko dengan ide-ide baru serta terlibat dalam investasi berisiko untuk mendorong pertumbuhan di masa depan.⁴⁵

Namun, dalam konteks bank syariah, pengambilan risiko harus dihitung dengan cermat agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan yang dimodifikasi juga mampu memengaruhi keunggulan kompetitif dengan pengambilan risiko yang lebih terukur, dikombinasikan dengan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan dan inovasi yang relevan.

Pemasaran kewirausahaan juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bank syariah. Temuan ini penting mengingat masih sedikitnya penelitian yang membahas konsep pemasaran kewirausahaan terhadap kinerja dalam konteks bank syariah.⁴⁶ Hasil ini mengonfirmasi bahwa pemasaran kewirausahaan dapat secara langsung mempengaruhi kinerja tanpa harus sepenuhnya dimediasi oleh keunggulan kompetitif.⁴⁷ Salah satu penjelasan yang mungkin adalah bahwa pemasaran kewirausahaan merupakan strategi diferensiasi yang menargetkan produk dengan nilai tambah di pasar, yang ditentukan oleh atribut spesifik yang membedakannya dari produk lain.⁴⁸

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif memiliki efek positif langsung terhadap kinerja bank syariah, mengisi kesenjangan yang ada dalam penelitian sebelumnya. Bank yang memiliki keunggulan kompetitif cenderung memiliki biaya yang lebih rendah, dapat memanfaatkan peluang pasar, dan menetralkan ancaman pesaing. Sementara itu, penggunaan strategi pemasaran kewirausahaan yang berorientasi pada inovasi meningkatkan keunggulan kompetitif.⁴⁹ Teori pemasaran kewirausahaan menyatakan bahwa keunggulan

⁴⁵ Pujiastuti.

⁴⁶ Sudan and Sharma, "Learning Strategic Orientation for Enhancing Business Performance."

⁴⁷ van Quaquebeke and Eckloff, "Defining Respectful Leadership: What It Is, How It Can Be Measured, and Another Glimpse at What It Is Related To."

⁴⁸ van Quaquebeke and Eckloff.

⁴⁹ Damberg, "Customer-Perceived Reputation and Sustainable Satisfaction in the German Banking Sector: An Abstract."

kompetitif yang berkelanjutan dicapai melalui inovasi yang menciptakan nilai.⁵⁰

Inovasi ini menciptakan nilai dalam bentuk efisiensi biaya, membuka peluang pasar, dan mengurangi ancaman pesaing. Inovasi ini didukung oleh proaktivitas, pengambilan risiko yang terukur, fokus pada peluang, keterlibatan sumber daya, intensitas konsumen, dan penciptaan nilai. Dalam kondisi ini, pemasaran kewirausahaan secara positif mempengaruhi kinerja bank syariah melalui peran mediasi dari keunggulan kompetitif. Secara keseluruhan, temuan ini menyoroti pentingnya pemasaran kewirausahaan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan, dengan inovasi dan pengambilan risiko yang terukur sebagai faktor kunci dalam mencapai kesuksesan di pasar yang kompetitif.

Penutup

Penelitian ini menegaskan pentingnya pemasaran kewirausahaan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja bank syariah di Kabupaten Pasuruan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran kewirausahaan, yang mencakup inovasi, pengendalian risiko, dan strategi diferensiasi, memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif ini, pada gilirannya, berdampak positif terhadap kinerja bank syariah.

Selain itu, temuan ini memperluas pemahaman tentang penerapan pemasaran kewirausahaan dalam konteks perbankan syariah, di mana inovasi dan pengambilan risiko yang terukur menjadi faktor kunci. Meskipun pengambilan risiko perlu disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, pemasaran kewirausahaan tetap mampu menciptakan nilai melalui inovasi yang relevan, yang mendukung bank syariah dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti peran strategis pemasaran kewirausahaan dalam mendorong keunggulan kompetitif dan kinerja bank syariah, menegaskan bahwa pendekatan ini adalah kunci keberhasilan di industri perbankan syariah.

Daftar Pustaka

Abdelbadie, Roba Ashraf, and Aly Salama. "Corporate Governance and

⁵⁰ Smętek et al., "Resource-Based View of Laboratory Management: Tissue Bank ATMP Production as a Model."

- Financial Stability in US Banks: Do Indirect Interlocks Matter?" *Journal of Business Research*, 2019. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.047>.
- Alfayad, Fadye Saud. "The Impact of Bank Performance towards Technology and Marketing Strategy on Omni-Channel Adoption in Saudi Banking Sector." *Cuadernos de Economia*, 2021. <https://doi.org/10.32826/cude.v1i124.502>.
- "Analisis Karakteristik Pemasaran Syariah Pada Bank Syariah Mandiri." *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2020. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i3.99>.
- Awwad, Mohammad Suleiman, and Ali Muhammad Qtaishat. "The Impact of Intellectual Capital on Financial Performance of Commercial Banks: The Mediating Role of Competitive Advantage." *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 2023. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2023.10049257>.
- BPS. "Produktifitas Tenaga Kerja," 2023. <https://www.bps.go.id/indicator/9/720/1/produktivitas-tenaga-kerja-menurut-sub-sektor.html>.
- Budiwati, Hesti. "Commercial Banks Versus BPR: Advantages Based On Perception, Hope And Customer Interest." *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 2017. <https://doi.org/10.30741/adv.v1i2.191>.
- Bustinza, Oscar F., Ali Ziaee Bigdeli, Tim Baines, and Cindy Elliot. "Servitization and Competitive Advantage: The Importance of Organizational Structure and Value Chain Position." *Research Technology Management*, 2015. <https://doi.org/10.5437/08956308X5805354>.
- Damberg, Svenja. "Customer-Perceived Reputation and Sustainable Satisfaction in the German Banking Sector: An Abstract." In *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, 2022. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95346-1_121.
- Djalil, Muslim Abdul, Muslim Amin, Halimin Herjanto, Mustafa Nourallah, and Peter Öhman. "The Importance of Entrepreneurial Leadership in Fostering Bank Performance." *International Journal of Bank Marketing*, 2023. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2022-0481>.
- Etikan, Ilker. "Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling." *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 2016. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>.
- Gerpott, Fabiola H., Ulrike Fasbender, and Anne Burmeister. "Respectful Leadership and Followers' Knowledge Sharing: A Social Mindfulness

- Lens." *Human Relations*, 2020. <https://doi.org/10.1177/0018726719844813>.
- Hanif, Zulkarnain, and Eka Armis Pailis. "Analisis Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dan Inovasi UMKM Binaan KPw Bank Indonesia Provinsi Riau." *Jurnal EMT KITA*, 2022. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.521>.
- Hox, J. J. "Confirmatory Factor Analysis." In *The Encyclopedia of Research Methods in Criminology and Criminal Justice: Volume II: Parts 5-8*, 2021. <https://doi.org/10.1002/9781119111931.ch158>.
- Ihsan Mulia Siregar, and Slamet Haryono. "Green Banking: Operating Costs on Operating Income, Capital Adequacy Ratio, Financial Slack, Sustainability Officer, and Sustainability Committee." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2023. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20235pp427-442>.
- Irawan, Heri, Ilfa Dianita, and Andi Deah Salsabila Mulya. "PERAN BANK SYARIAH INDONESIA DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI NASIONAL." *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2021. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i2.686>.
- Junico Pasaribu, Paulus, Baihaqi Baihaqi, and Yumiati Yumiati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bengkulu." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2022. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1389>.
- Langat, Brenda, and Gerald Atheru. "Customer Relationship Management and Competitive Advantage of Commercial Banks in Kenya." *International Journal of Business Management, Entrepreneurship and Innovation*, 2023. <https://doi.org/10.35942/hjxgxf95>.
- Mardanlo, Lida Safir. "Considering the Effect of Strategic Orientation on Marketing Capabilities (Bank Mellat Case Study)." *Visi Jurnal Akademik*, 2015.
- Mario Saskara, Pasamalangi, and Hermawan Moch Rizal. "Pengembangan Business Model Canvas Untuk Menciptakan Competitive Advantage Seabank Indonesia." *Jurnal Impresi Indonesia*, 2023. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i1.1921>.
- Most, Fabian, Francisco J. Conejo, and Lawrence F. Cunningham. "Bridging Past and Present Entrepreneurial Marketing Research: A Co-Citation and Bibliographic Coupling Analysis." *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 2018. <https://doi.org/10.1108/JRME-11-2017-0049>.

- Muhammadsjah, Anggiearanidipta Suma. "Peranan Knowledge Management Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif BTPN Syariah." *Jurnal Pembelajaran Inovatif*, 2018. <https://doi.org/10.21009/jpi.012.06>.
- Nwokah, Prof. N. G., and Elizabeth Ledisi Poi. "Innovation Diffusion and Sustainable Development of Deposit Money Banks in South-South Nigeria: The Moderating Role of Entrepreneurial Marketing." *INTERNATIONAL JOURNAL OF MARKETING AND COMMUNICATION STUDIES*, 2023. <https://doi.org/10.56201/ijmcs.v6.no1.2022.pg21.36>.
- Panda, Debadutta, and Sriharsha Reddy. "Resource Based View of Internationalization: Evidence from Indian Commercial Banks." *Journal of Asia Business Studies*, 2016. <https://doi.org/10.1108/JABS-10-2014-0082>.
- Pujiastuti, Heni. "Strategi Pengelolaan Dana Bank Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Perbankan Syariah Di Era Disrupsi." *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 2022. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v2i1.24>.
- Quaquebeke, Niels van, and Tilman Eckloff. "Defining Respectful Leadership: What It Is, How It Can Be Measured, and Another Glimpse at What It Is Related To." *Journal of Business Ethics*, 2010. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0087-z>.
- Ringle, Christian M., Marko Sarstedt, Noemi Sinkovics, and Rudolf R. Sinkovics. "A Perspective on Using Partial Least Squares Structural Equation Modelling in Data Articles." *Data in Brief*, 2023. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109074>.
- Smętek, Wojciech, Jacek Węgrzyk, Agnieszka Klama-Baryła, Wojciech Łabuś, Małgorzata Kraut, Michał Szapski, Mariusz Nowak, and Diana Kitala. "Resource-Based View of Laboratory Management: Tissue Bank ATMP Production as a Model." In *Biochemical Testing - Clinical Correlation and Diagnosis*, 2020. <https://doi.org/10.5772/intechopen.86561>.
- Suandi, Edi, Herri, Yulhasri, and Syafrizal. "Evaluating the Relationship between Entrepreneurial Marketing, Competitive Advantage, and Islamic Banks Performance." *Journal of Financial Services Marketing*, 2023. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00169-6>.
- Suardhika, I Nengah, and Ni Kadek Suryani. "Strategic Role of Entrepreneurial Marketing and Customer Relation Marketing To Improve Competitive Advantage in Small and Medium Enterprises in Bali Indonesia." *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 2016.

- Subanidja, Steph, Fangky Antoneus Sorongan, and Mercurius Broto Legowo. "Leveraging Financial Technology Entity into Sustainable Bank Performance through a Competitive Advantage." *Emerging Science Journal*, 2022. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-01-04>.
- Sucipto, Beni. "PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI PRODUK (STUDY PADA UMKM MANIK-MANIK DESA PLUMBON GAMBANG)." *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 2018.
- Sudan, Sarabjeet Kour, and Bodh Raj Sharma. "Learning Strategic Orientation for Enhancing Business Performance." *International Journal of Knowledge Management and Practices*, 2015. <https://doi.org/10.21863/ijkmp/2015.3.1.004>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabet, 2019.
- Sullivan Mort, Gillian, Jay Weerawardena, and Peter Liesch. "Advancing Entrepreneurial Marketing." *European Journal of Marketing*, 2012. <https://doi.org/10.1108/03090561211202602>.
- Sultoni, Mohammad Hamim, and Sudarmiatin Sudarmiatin. "Loyalty as Affecting Mediator of Service Quality And Customer Satisfaction Towards Competitive Advantage." *MBIA*, 2021. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1310>.
- Ur Rehman, Aziz, Ejaz Aslam, and Anam Iqbal. "Intellectual Capital Efficiency and Bank Performance: Evidence from Islamic Banks." *Borsa Istanbul Review*, 2022. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.02.004>.
- Vanni, Kartika Marella, and Viki Safirotu Nadan. "Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2023. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.197>.