

ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING (STUDI PADA BANK SYARIAH INDONESIA)

Tsaalis Bachtiar ⁽¹⁾

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam, Universitas Nahdlatul Ulama
Surakarta; tsaalibachtiar@gmail.com

Bambang Sukoco ⁽²⁾

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam, Universitas Nahdlatul Ulama
Surakarta; bams.suka@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to find out how SWOT analysis as a strategy to increase competitiveness and its obstacles at PT. Indonesian Islamic Bank (BSI). The research method used is descriptive quantitative method. The SWOT analysis used is descriptive analysis method, SWOT matrix and SWOT diagram analysis. The data collection technique in this study is secondary data (ie document data that has been published by PT BSI, and literature. The results of this study are Strengths (Strengths/S) score: 1.90, Weaknesses (W) score : 0.80, Opportunities/O score : 1.70, Threats (Threats/T) score : 0.80 means that the strength of PT Bank Syariah Indonesia is relatively superior compared to its weaknesses, while the external environment is currently facing more The opportunity is greater than the threat. of the strategies that can be used to determine the competitive strategy at PT Bank Syariah Indonesia (BSI) is the growth strategy, namely the Growth Strategy by Maximizing the strengths of PT BSI.

Keywords: SWOT Analysis; Competitiveness; Indonesian Islamic Banks Bank.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing serta hambatannya pada PT. Bank Syariah Indonesia (BSI). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Analisis SWOT yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, Matrik SWOT dan analisis diagram SWOT. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data sekunder (yaitu data-data dokumen yang telah di terbitkan oleh PT BSI, dan kepustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah Kekuatan (Strenghts/S) skor :1,90, Kelemahan (Weaknesses/W) skor: 0,80, Peluang (Opportunities/O) skor :1,70, Ancaman (Threats/T) skor : 0,80 berarti bahwa kekuatan PT. Bank Syariah Indonesia relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya, sedangkan lingkungan eksternal saat ini dihadapi lebih besar Peluang dari pada ancamannya. Strategi yang dapat digunakan salah satunya untuk menentukan strategi bersaing pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah **growth strategy**. Yaitu Strategi Pertumbuhan dengan Memaksimalkan kekuatan yang di PT BSI.

Kata Kunci : Analisis SWOT; Daya Saing; Bank Syariah Indonesia.

PENDAHULUAN
Latar Belakang

Kondisi global saat ini telah memaksa kita masuk ke dalam era New Normal sebagai dampak dari pandemi global Covid-19. Era New Normal ini telah membuat pola kehidupan sosial, masyarakat, dan ekonomi mengalami perubahan dengan semakin meningkatnya kewaspadaan yang mengharuskan menjaga jarak fisik dalam berinteraksi. Namun di sisi lain, kepedulian dalam membantu sesama semakin meningkat terutama dalam permasalahan ekonomi. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi perbankan syariah untuk bisa memberikan pelayanan berbasis digital serta memenuhi kebutuhan sosial masyarakat sehingga dapat berperan dalam membangun perekonomian umat pasca pandemi.

Inilah momentum yang sangat berharga bagi perbankan syariah untuk dapat semakin menguatkan identitasnya di industri perbankan dengan membawa image perbankan syariah yang resilient, memiliki daya saing tinggi, dan berperan lebih nyata pada perekonomian nasional dan pembangunan sosial di Indonesia. Peran perbankan syariah dalam membangun ekosistem ekonomi syariah nasional harus terus ditingkatkan sehingga dapat berkontribusi secara optimal dalam perekonomian nasional dan pembangunan sosial. Perbankan syariah merupakan motor penggerak yang berperan sebagai penghubung berbagai sektor, seperti sektor riil, keuangan komersial, keuangan sosial, dan sektor keagamaan pada ekosistem ini sehingga sinergi dan semangat berjamaah dapat terbangun dengan baik. Oleh karenanya, saya turut mengajak seluruh pihak untuk bersinergi dalam mengembangkan ekonomi syariah melalui optimalisasi peran perbankan syariah di dalamnya.

Perbankan syariah Indonesia yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) terus menunjukkan pertumbuhan positif. Sampai dengan September 2020, terdapat 14 BUS, 20 UUS, dan 163 BPRS yang berkontribusi pada pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia.

Tabel 1
Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia

Industri Perbankan	Jumlah Institusi	Jumlah Kantor	Aset (dalam triliun rupiah)	PYD (dalam triliun rupiah)	DPK (dalam triliun rupiah)
Bank Umum Syariah	14	2.034	397,07	246,53	322,85
Unit Usaha Syariah	20	392	196,88	137,41	143,12

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	163	627	14,95	10,68	9,82
TOTAL	197	3.053	608,90	394,63	475,79

Penggabungan tiga bank syariah milik Bank BUMN dinilai dapat meningkatkan daya saing keuangan syariah di era digital. Dampak merger terhadap perkembangan ekonomi syariah juga diyakini positif, karena entitas baru yang lahir dari aksi korporasi ini akan memiliki modal besar untuk bergerak menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Pengajar Studi Ekonomi Islam dari Universitas Indonesia Banjaran Surya Inrastomo mengatakan bank syariah hasil merger memiliki potensi bagus karena akan mewarisi hal-hal baik dari tiga entitas yang terlibat. Hal ini membuat bank syariah hasil merger memiliki kekuatan komplet untuk memperbesar pangsa pasar keuangan syariah "Bank hasil merger akan mewarisi nilai-nilai baik dari ketiga entitas yang terlibat, yakni sistem kerja dan profesionalitas dari Bank Syariah Mandiri, kemampuan inovasi BNI Syariah, serta pemahaman kondisi lokal dan regional dari BRI Syariah. Integrasi ini membuat bank hasil merger memiliki fondasi kuat untuk beroperasi," katanya seperti dikutip dalam rilis, Rabu (4/11/2020). potensi pertumbuhan dan dampak positif muncul karena bank syariah hasil merger akan memiliki nilai aset dan sumber daya yang melimpah. Dengan keunggulan tersebut, entitas hasil merger bisa membuat market share industri keuangan syariah di Indonesia lebih besar dari saat ini.

Bank Syariah Indonesia (IDX: BRIS; disingkat BSI) adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri pada 1 Februari 2021 pukul 13.00 WIB Bank ini merupakan hasil merger anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah. Bank Syariah Indonesia mendapat izin dari OJK dengan Nomor: SR- 3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRIsyariah Tbk serta Izin Perubahan Nama dengan Menggunakan Izin Usaha PT Bank BRIsyariah Tbk Menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank Hasil Penggabungan.

PT. Bank Syariah Indonesia. Tantangan pertama di dalam pengembangan adalah mampukah Bank Syariah Indonesia dengan adanya strategi memerankan fungsi intermediasi secara baik sehingga segera dapat menggerakkan sektor riil? Tantangan kedua adalah mampukah perbankan syariah dengan strategi berkembang di lingkungan mayoritas muslim, serta menjadi contoh sukses bagi negara lain dalam mengembangkan perbankan syariah? Tantangan ketiga, di masa depan perbankan syariah harus mampu menjadi rahmatan lil alamin, artinya ia tidak hanya bermanfaat bagi kaum muslim tetapi juga bagi seluruh umat manusia. Jumlah penduduk muslim sebagai kekuatan utama belum menjamin mereka menggunakan jasa perbankan syariah². Berbagai kekuatan belum mampu dimaksimalkan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Adanya tantangan belum dapat dijawab dengan pasti, serta berbagai ancaman yang belum bisa teratasi membuat perkembangan PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu diupayakan terus dengan mencoba dan menemukan berbagai macam strategi yang sesuai Bank Syariah Indonesia (IDX: BRIS; disingkat BSI) adalah lembaga perbankan syariah. Bank ini berdiri pada 1 Februari 2021 pukul 13.00 WIB Bank ini merupakan hasil merger anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah.

Bank Syariah Indonesia mendapat izin dari OJK dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRISyariah Tbk serta Izin Perubahan Nama dengan Menggunakan Izin Usaha PT Bank BRISyariah Tbk Menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank Hasil Penggabungan.

BSI masuk dalam daftar 7 besar bank di Indonesia dari sisi aset dan TOP 10 bank terbesar di dunia dari sisi kapitalisasi pasar. Kondisi yang mampu memberikan peran bagi perbankan syariah di dalam perkembangan perekonomian, namun ada beberapa tantangan yang masih harus dibenahi pada diri PT. Bank Syariah Indonesia. Tantangan pertama di dalam pengembangan adalah mampukah Bank Syariah Indonesia dengan adanya strategi memerankan fungsi intermediasi secara baik sehingga segera dapat menggerakkan sektor riil? Tantangan kedua adalah mampukah perbankan syariah dengan strategi berkembang di lingkungan mayoritas muslim, serta menjadi contoh sukses bagi negara lain dalam mengembangkan perbankan syariah? Tantangan ketiga, di masa depan perbankan syariah harus mampu menjadi rahmatan lil alamin, artinya ia tidak hanya bermanfaat bagi kaum muslim tetapi juga bagi seluruh umat manusia. Jumlah penduduk muslim sebagai kekuatan utama belum menjamin mereka menggunakan jasa perbankan syariah². Berbagai kekuatan belum mampu dimaksimalkan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Rumusan Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai yaitu :

- a) Bagaimana strategi pemasaran yang agresif pada PT Bank Syariah Indonesia melalui analisis SWOT.
- b) Bagaimana memaksimalkan PT. BSI yang didukung lebih dari 1.200 cabang, 1.700 jaringan ATM, serta 20.000 karyawan di seluruh Indonesia strategi keunggulan bersaing.
- c) Bagaimana mengelola ancaman yang belum bisa teratasi dalam strategi perkembangan PT Bank Syariah Indonesia

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis dapat menyimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang agresif dan tepat yang dapat diterapkan melalui analisis SWOT pada PT. Bank Syariah Indonesia.
- b) Untuk mengetahui bagaimana memaksimalkan keunggulan yang dimiliki PT. Bank Syariah Indonesia untuk memenangkan persaingan.
- c) Untuk mengetahui bagaimana mengelola berbagai ancaman yang ada untuk meminimalkan resiko yang akan menghambat perkembangan PT Bank Syariah Indonesia.

Kajian Teori

A. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis (Rangkuti 2008, 19).

Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan perusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Nisak 2013, 2). Menurut David (2008, 8) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis (Rangkuti 2008, 8).

Sedangkan menurut Jogiyanto (2005, 46) SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kelemahan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. (1) Strengths (kekuatan), adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar. (2) Weakness (kelemahan), adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan. (3) Opportunities (peluang), adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan– kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan. (4) Threats (ancaman), adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

B. Strategi Bisnis

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta rumusan pada pendayagunaan dan semua alokasi sumberdaya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Secara umum, strategi dapat diartikan sebagai sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis ideal berkelanjutan kearah, cakupan dan perpektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi (Ramadhan dan Fivi 2013, 4).

Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler (1962, 13) menyebutkan bahwa “strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut: (1) Distinctive Competence, tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki “Distinctive Competence” menjelaskan kemampuan spesifik suatu organisasi. (2) Competitive Advantage, kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk merebut peluang pasar.

Menurut Porter ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu: (a) Cost Leadership, perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah dari pada harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai/kualitas produk yang sama. (b) Diferensiasi, perusahaan juga dapat melakukan strategi diferensiasi dengan menciptakan persepsi

terhadap nilai tertentu pada konsumennya misalnya, persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk dan pelayanan yang lebih baik. (c) Fokus, strategi fokus juga dapat diterapkan untuk memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan.

C. Daya Saing

Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan ketepatan aktifitas perusahaan yang dapat mendukung kinerjanya, seperti inovasi atau pelaksanaan yang baik. Menurut Wahyudi (1996, 3), ada beberapa keunggulan yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu: harga, pangsa pasar, merek, kualitas produk, kepuasan konsumen dan saluran distribusi (Wibowo et. al. 2015, 62). Persaingan perusahaan adalah perlombaan untuk memperoleh posisi pasar dan pengaruh pasar. Untuk memiliki kompetensi inti, perusahaan harus memiliki tiga kriteria: (a) Nilai bagi pelanggan (customer perceived value), yaitu keterampilan yang memungkinkan suatu perusahaan menyampaikan suatu manfaat yang fundamental kepada pelanggan. (b) Diferensiasi bersaing (competitor differentiation), yaitu kemampuan yang unik dari segi daya saing. Jadi ada perbedaan antara kompetensi yang diperlukan (necessary) dan kompetensi pembeda (differentiating). Tidak layak menganggap suatu kompetensi sebagai inti jika dia ada dimana-mana atau dengan kata lain mudah ditiru oleh pesaing. (c) dapat diperluas (extendability), karena kompetensi inti merupakan pintu gerbang menuju pasar masa depan, kompetensi ini harus memenuhi kriteria manfaat bagi para pelanggan dan keunikan bersaing. Selain itu kompetensi inti harus dapat diperluas sesuai dengan keinginan konsumen masa depan.

D. Teknik analisis SWOT yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Internal

a. Analisis Kekuatan (Strengths)

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki. Strengths (kekuatan) adalah keahlian dan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing.

b. Analisis Kelemahan (Weaknesses)

Merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing mempunyai keterbatasan dan kekurangan serta kemampuan menguasai pasar, sumber daya serta keahlian. Jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminta oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

2. Analisis Eksternal

a. Analisis Peluang (Opportunities)

Setiap perusahaan memiliki sumber daya yang membedakan dirinya dari perusahaan lain. Peluang dan terobosan atau keunggulan bersaing tertentu dan beberapa peluang membutuhkan sejumlah besar modal untuk dapat dimanfaatkan. Dipihak lain, perusahaan-perusahaan baru bermunculan. Peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli di mana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

b. Analisis Ancaman (Threats)

Ancaman adalah tantangan yang diperlihatkan atau diragukan oleh suatu kecenderungan atau suatu perkembangan yang tidak menguntungkan dalam

lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan perusahaan. Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis. Jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Dengan melakukan kedua analisis tersebut maka perusahaan dikenal dengan melakukan analisis SWOT

E. Analisis SWOT dalam Perspektif Islam

Analisis SWOT dalam kehidupan, dalam salah satu ayat Al-quran, Allah bersabda : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Hasyr Ayat 18)7.

Bila kita perhatikan, ini adalah pertanyaan dari Allah yang mengharuskan kita berfikir dan bermuhasabah terhadap apa yang sudah atau akan kita lakukan dalam hidup. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu manajemen dengan menggunakan manajemen strategis.

Metode

Penelitian ini di lakukan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan hasil merger bank syariah milik pemerintah yaitu PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 51,2%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (25,0%), PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,4%, DPLK BRI - Saham Syariah (2%), dan publik (4,4%). Metode penelitian ini kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Data primer dari penelitian ini adalah data yang dipublikasikan oleh pihak Bank Syariah Indonesia dan data sekunder dari artikel, jurnal, Buku, dan media online yang membahas tentang Bank Syariah Indonesia.

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (strengths) mampu mengambil keuntungan (advantage) dari peluang (opportunities) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (weaknesses) yang dimiliki untuk mengambil keuntungan (advantage) dari peluang (opportunities) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (strengths) mampu menghadapi ancaman (threats) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (weaknesses) yang mampu membuat ancaman (threats) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Hasil dan Pembahasan

A. Profil Bank Syariah Indonesia (BSI)

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang diresmikan Presiden Joko Widodo secara virtual dari Istana Negara, Jakarta, pada Senin (1/2/2021), memiliki total aset Rp 240 triliun. “Sebagai bank hasil penggabungan, pada posisi Desember 2020, BSI memiliki total aset sebesar Rp 240 triliun, total pembiayaan sebesar Rp 157 triliun, total dana pihak ketiga Rp 210 triliun, dan modal inti sebesar Rp 22,6 triliun,” kata Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi di Istana Negara, Jakarta, Senin (1/2/2021).

BSI adalah hasil penggabungan dari tiga bank syariah milik BUMN, yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Pada acara peresmian bertema “Bersatu untuk Indonesia,” Presiden Jokowi didampingi Wakil Presiden KH Ma'ruf Amin, Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo, Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Wimboh Santoso, dan jajaran menteri Kabinet Indonesia Maju. Hery Gunardi

memaparkan bahwa jumlah aset dan modal inti yang dimiliki akan menempatkan BSI masuk dalam daftar 7 besar bank di Indonesia dari sisi aset dan TOP 10 bank terbesar di dunia dari sisi kapitalisasi pasar. Selain memiliki aset dan modal inti besar, BSI juga didukung lebih dari 1.200 cabang, 1.700 jaringan ATM, serta 20.000 karyawan di seluruh Indonesia, sehingga diharapkan mampu memberikan layanan finansial berbasis syariah, layanan sosial, dan layanan spiritual kepada nasabah. di segmen ritel.

BSI memiliki ragam solusi keuangan dalam ekosistem Islami seperti terkait keperluan ibadah haji dan umrah, zakat, infak, sedekah, wakaf (ZISWAF), produk layanan berbasis emas, pendidikan, kesehatan, remitansi internasional, dan layanan dan solusi keuangan lainnya yang berlandaskan prinsip syariah yang didukung oleh kualitas digital banking dan layanan kelas dunia. Di segmen korporasi dan wholesale, BSI juga memiliki kemampuan untuk masuk ke dalam sektor-sektor industri yang belum terpenetrasi maksimal oleh perbankan syariah. Selain itu, BSI juga berpotensi untuk turut membiayai proyek-proyek infrastruktur berskala besar, sejalan dengan rencana pemerintah dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia.

BSI juga akan menyasar investor global lewat produk-produk syariah yang kompetitif dan inovatif. Di segmen UKM dan Mikro, BSI akan terus memberikan dukungan kepada para pelaku UMKM melalui produk dan layanan keuangan syariah yang sesuai kebutuhan UMKM, baik secara langsung maupun melalui sinergi dengan bank-bank Himbara dan pemerintah. BSI juga akan tetap berstatus sebagai perusahaan terbuka dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan ticker code BRIS. Adapun komposisi pemegang saham BSI terdiri atas PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 51,2%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (25,0%), PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BBRI) sebesar 17,4%, DPLK BRI - Saham Syariah (2%), dan publik (4,4%). Struktur pemegang saham tersebut adalah berdasarkan perhitungan valuasi dari masing-masing bank peserta penggabungan.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) dengan kode saham BRIS masuk dalam jajaran 10 emiten dengan kapitalisasi pasar atau market capitalization terbesar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan data Equity Daily Trading Publication BEI per 24 Februari 2021, nilai kapitalisasi pasar BRIS sebesar Rp 115 triliun, mengalami kenaikan dibandingkan pada saat BRIS melakukan IPO sebesar Rp 4,96 triliun. Direktur Utama Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi berharap, dengan masuknya BSI sebagai 10 emiten dengan kapitalisasi pasar terbesar Bursa Efek Indonesia, bisa menjadikan saham BRIS primadona.

B. Analisis SWOT Bank Syariah Indonesia (BSI)

Para ahli dalam memprediksi prospek suatu usaha biasa menggunakan apa yang disebut SWOT Analisis yaitu analisa terhadap Strength (kekuatannya), Weakness (kelemahannya), Opportunity (Peluangnya), dan Threat (Ancamannya). Dengan mengumpulkan beberapa data dan informasi, diperoleh analisis sebagai berikut :

1. Kekuatan (strength) dari Bank Syariah Indonesia

a. Layanan Kantor cabang luas dan asset yang besar.

Hery Gunardi memaparkan bahwa jumlah aset dan modal inti yang dimiliki akan menempatkan BSI masuk dalam daftar 7 besar bank di Indonesia dari sisi aset dan TOP 10 bank terbesar di dunia dari sisi kapitalisasi pasar. Selain memiliki aset dan modal inti besar, BSI juga didukung lebih dari 1.200 cabang, 1.700 jaringan ATM, serta 20.000 karyawan di seluruh Indonesia, sehingga diharapkan mampu memberikan layanan finansial berbasis syariah, layanan sosial, dan layanan spiritual

b. Memiliki layanan Produk Keuangan syariah yang lengkap Penggabungan tiga bank syariah milik Bank BUMN dinilai dapat meningkatkan daya saing keuangan syariah di era digital. Dampak merger terhadap perkembangan ekonomi syariah juga diyakini positif, karena entitas baru yang lahir dari aksi korporasi ini akan memiliki modal besar untuk bergerak menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Pengajar Studi Ekonomi Islam dari Universitas Indonesia Banjaran Surya Indrastomo mengatakan bank syariah hasil merger memiliki potensi bagus karena akan mewarisi hal-hal baik dari tiga entitas yang terlibat. Hal ini membuat bank syariah hasil merger memiliki kekuatan komplit untuk memperbesar pangsa pasar keuangan syariah "Bank hasil merger akan mewarisi nilai- nilai baik dari ketiga entitas yang terlibat, yakni sistem

kerja dan profesionalitas dari Bank Syariah Mandiri, kemampuan inovasi BNI Syariah, serta pemahaman kondisi lokal dan regional dari BRI Syariah. Integrasi ini membuat bank hasil merger memiliki fondasi kuat untuk beroperasi,” katanya seperti dikutip dalam rilis, Rabu (4/11/2020). potensi pertumbuhan dan dampak positif muncul karena bank syariah hasil merger akan memiliki nilai aset dan sumber daya yang melimpah. Dengan keunggulan tersebut, entitas hasil merger bisa membuat market share industri keuangan syariah di Indonesia lebih besar dari saat ini BSI memiliki ragam solusi keuangan dalam ekosistem Islami seperti terkait keperluan ibadah haji dan umrah, zakat, infak, sedekah, wakaf (ZISWAF), produk layanan berbasis emas, pendidikan, kesehatan, remitansi internasional, dan layanan dan solusi keuangan lainnya yang berlandaskan prinsip syariah yang didukung oleh kualitas digital banking dan layanan kelas dunia. Segmen korporasi dan wholesale, BSI juga memiliki kemampuan untuk masuk ke dalam sektor-sektor industri yang belum terpenetrasi maksimal oleh perbankan syariah. Selain itu, BSI juga berpotensi untuk turut membiayai proyek-proyek infrastruktur berskala besar, sejalan dengan rencana pemerintah dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia. BSI juga akan menyasar investor global lewat produk-produk syariah yang kompetitif dan inovatif. Di segmen UKM dan Mikro, BSI akan terus memberikan dukungan kepada para pelaku UMKM melalui produk dan layanan keuangan syariah yang sesuai kebutuhan UMKM, baik secara langsung maupun melalui sinergi dengan bank-bank Himbara dan pemerintah. BSI juga akan tetap berstatus sebagai perusahaan terbuka dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (Bei) dengan ticker code BRIS.

2. Kelemahan (weakness) dari Bank Syariah Indonesia

a. Perizinan, Pengaturan, dan Pengawasan

Lemahnya Percepatan proses perizinan sangat penting untuk mendukung akselerasi pengembangan industri perbankan syariah. Hal ini dilakukan dengan mengevaluasi kapasitas SDM perizinan dan mengembangkan sistem TI yang mendukung percepatan proses perizinan. Selain itu, pengaturan yang ada juga harus dapat mengawal pengembangan perbankan syariah melalui ketentuan yang sesuai dengan perkembangan best practice industri, teknologi, dan perekonomian terkini. Tentunya ketentuan perbankan syariah akan lebih diharmonisasi dengan berbagai standar internasional seperti Islamic Financial Services Board (IFSB) dan Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI) untuk semakin meningkatkan kredibilitas pengaturan perbankan syariah di Indonesia. Terakhir, pengawasan perbankan syariah akan semakin kuat dengan melakukan pengembangan tools pengawasan, evaluasi organisasi, jumlah SDM, dan peningkatan kapasitas pengawas melalui berbagai kegiatan capacity building.

b. Identitas syariah BSI masih Lemah

Sebagai identitas perbankan syariah yang paling mendasar, nilai-nilai syariah merupakan sesuatu yang harus diterapkan dalam seluruh aspek perbankan syariah, baik dari sisi operasional maupun sumber daya manusianya. Penerapan nilai-nilai syariah yang lebih menyeluruh akan menjadikan identitas perbankan syariah yang lebih berintegritas, profesional, dan disiplin di mata masyarakat. Dalam hal pengembangan produk, perbankan syariah akan didorong untuk terus menciptakan produk baru yang memiliki ke-khas-an syariah sebagai bentuk diferensiasi model bisnis perbankan syariah di industri perbankan. Paradigma pengembangan produk yang inovatif dan kreatif merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh pelaku industri maupun regulator untuk menciptakan produk yang unik sehinggalah menjadi pilihan utama masyarakat.

3. Peluang (opportunity) dari Bank Syariah Indonesia

Bagaimana peluang dapat didirikannya bank tanpa bunga dan kemungkinannya untuk tumbuh dan berkembang di Indonesia dapat dilihat dari pelbagai pertimbangan yang membentuk peluang-peluang dibawah ini:

- a. Peluang karena pertimbangan kepercayaan agama.
- 1) Adalah merupakan hal yang nyata bahwa didalam masyarakat Indonesia khususnya yang beragama Islam, masih banyak yang menganggap bahwa menerima dan/atau membayar bunga adalah termasuk menghidup-suburkan riba. Karena riba dalam agama Islam jelas-jelas dilarang maka masih banyak masyarakat Islam yang tidak mau memanfaatkan jasa perbankan konvensional yang telah ada sekarang.
 - 2) Meningkatnya kesadaran beragama yang merupakan hasil pembangunan disektor agama memperbanyak jumlah perorangan, yayasan-yayasan, pondok-pondok pesantren, sekolah-sekolah agama, masjid-masjid, baitul-mal dsb yang belum menyimpan dananya di bank yang sudah ada.
 - 3) Sistem pemberian bonus uang dan pengenaan biaya uang (disebut bunga) dalam sistem perbankan konvensional yang berlaku sekarang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur yang tidak sejalan dengan syariah Islam.
 - 4) Untuk itu Dewan Syariah Nasional, Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan fatwa Nomor 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang Giro, Nomor 02/DSN-MUI/IV/ 2000 tentang Tabungan, dan Nomor 03/DSN- MUI/IV/2000 tentang Deposito, yang menetapkan bahwa Giro, Tabungan, dan Deposito tidak dibenarkan secara syariah apabila berdasarkan perhitungan bunga. Sedangkan Giro, Tabungan, dan Deposito yang dibenarkan secara syariah ialah yang didasarkan prinsip mudharabah dan/atau wadiah.
- b. Adanya peluang hukum untuk berkembangnya Bank Syariah.
- 1) Undang-Undang Dasar 1945 (setelah Amandemen) Pasal 33 ayat (1) menyebutkan bahwa Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Pasal 33 ayat 1 menyebutkan Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, dst. Bank Syariah dalam operasinya mempunyai konsep yang melekat (build-in concept) berazaskan kebersamaan dalam hal investasi, menghadapi risiko usaha dan dalam membagi hasil usaha dengan nasabahnya.
 - 2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Penjelasannya serta peraturan-peraturan pelaksanaannya sangat mendukung keberadaan Bank Syariah. Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia, Bank Indonesia bahkan memberikan kesempatan yang seluas- luasnya bagi perkembangan Bank Syariah.
 - 3) Paket 27 Oktober 1988 dan ketentuan lanjutannya tanggal 29 Januari 1990 memberikan peluang untuk berdirinya bank-bank swasta baru, kemudian bank- bank asing yang ada dapat membuka cabang pembantu di 5 kota dan Daerah Otorita Pulau Batam, dan masuknya perwakilan bank asing baru termasuk kemungkinan joint ventures bagi perwakilan bank asing yang telah ada dengan bank domestik.
- c. Adanya peluang ekonomi bagi keberadaan Bank Syariah.
- 1) Krisis moneter yang melanda negara-negara di wilayah Asia bulan Juli 1997 yang kemudian berkembang menjadi krisis ekonomi membuktikan rapuhnya sistem perbankan dengan sistem bunga yang mendominasi perekonomian dinegara tersebut. Di Indonesia krisis moneter dimulai dengan merosotnya dengan tajam nilai tukar rupiah terhadap US dollar. Merosotnya nilai tukar rupiah tersebut dengan sendirinya membengkakkan hutang nasabah besar bank yang dibuat sebelumnya dalam valuta asing. Akibatnya secara otomatis terjadi pelanggaran Batas Maksimum Pemberian Kredit (BMPK), kredit macet atau non performing loan, dan bank mengalami mismatch karena loan to deposit diatas 120 %. Kebijakan uang ketat yang kemudian diterapkan oleh Pemerintah untuk mengatasi krisis ekonomi telah mendorong tingginya tingkat bunga bank untuk mengatasi kesulitan likwiditas. Menyusultingginya tingkat

bunga adalah terjadinya masalah negative spread karena banyaknya nasabah yang tidak mampu membayar tingkat bunga pinjaman yang tinggi.

- 2) Mochtar Riady mengelompokkan krisis perbankan menjadi tiga, yaitu : Pertama, bank bermasalah sebelum krisis moneter; Kedua, bank bermasalah sesudah krisis moneter; dan Ketiga, bank yang masih bertahan dan berjalan normal walaupun sudah dihantam oleh berbagai badai. Menurut Mochtar bank yang termasuk kelompok ketigapun bisa terseret dalam masalah dan akan bergiliran masuk Badan Penyelesaian Perbankan Nasional (BPPN) (Bisnis Indonesia, 12/10/1998).
 - 3) Adanya Bank Syariah yang tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi akan memperkaya khasanah perbankan di Indonesia. Iklim baru ini telah menarik penanaman modal disektor lembaga keuangan khususnya IDB dan bank-Bank Syariah lainnya serta pemodal dari negara-negara penghasil minyak di Timur-Tengah.
 - 4) Konsep Bank Syariah yang lebih mengutamakan kegiatan produksi dan perdagangan serta kebersamaan dalam hal investasi, menghadapi risiko usaha dan membagi hasil usaha, akan memberikan sumbangan yang besar kepada perekonomian Indonesia khususnya dalam menggiatkan investasi, penyediaan kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan.
4. Ancaman (threat) dari Bank Syariah Indonesia
- a. Ancaman yang paling berbahaya ialah apabila Bank Syariah dikait-kaitkan dengan fanatisme agama. Akan ada pihak-pihak yang berusaha menghalangi berkembangnya Bank Syariah ini semata-mata hanya karena tidak suka apabila umat Islam bangkit dari keterbelakangan ekonominya. Mereka tidak mau tahu bahwa Bank Syariah itu jelas- jelas bermanfaat untuk semua orang tanpa pandang bulu. Isu eksklusivisme atau sara mungkin akan dilontarkan untuk mencegah berkembangnya Bank Syariah
 - b. Ancaman berikutnya adalah dari mereka yang merasa terusik kenikmatannya mengeruk kekayaan rakyat Indonesia yang sebagian terbesar beragama Islam melalui sistem perbankan yang sudah ada. Munculnya Bank Syariah yang menuntut pemerataan pendapatan yang lebih adil akan dirasakan oleh mereka sebagai ancaman terhadap status quo yang telah dinikmati selama puluhan tahun
 - c. Ancaman yang terakhir ialah dari ummat Islam sendiri yang kualitas imannya telah mengalami kemerosotan karena tergoda oleh kebutuhanmateri. Diantara mereka akan ada yang menuntut apabila sebagai menyimpan dana pada Bank Syariah bagi hasil yang setingkat dengan tingkat bunga yang berlaku pada saat bank pada taraf awal berdirinya. Sebaliknya pada waktu bagi hasil lebih besar dari tingkat bunga yang berlaku justru menganggap Bank Syariah lebih dholim dari bank konvensional. Pengelola Bank Syariah yang mengikuti keserakahan seperti ini dengan memodifikasi sistim perbankan syariat sebagian besar mengalami kesulitan.

Tabel 2
Faktor – Faktor Analisis Internal (IFAS)

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Nilai Skor	Keterangan
Kekuatan				
1. Layanan Kantor cabang luas dan asset yang besar	0,20	4	0,80	1. Pelayanan prima dan luas Memenuhi kebutuhan layanan syariah 2. Investasi optimal dan pelayanan 3. Optimal
2. Memiliki layanan Produk Keuangan syariah yang lengkap	0,10	3	0,30	
3. Modal inti yang cukup	0,20	4	0,80	
Sub Total	0,50		1,90	
Kelemahan				
1. Perizinan, Pengaturan, dan Pengawasan masih dalam Prosesnya	0,20	1	0,20	masih dalam proses pengurus dan penyempurnaan Branding BSI ke masyarakat
2. Identitas dan Budaya syariah BSI masih Lemah	0,10	2	0,20	
3. SDM Ahli Perbankan syariah masih terbatas	0,20	2	0,40	Daya dukung kampus penghasil pakar ekonomi syariah
Sub Total	0,50		0,80	
Total	1,00		2,70	

Tabel 3
Faktor – Faktor Analisis Eksternal (EFAS)

Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor	Keterangan
Peluang				
1. Peluang karena pertimbangan kepercayaan agama (Mayoritas masyarakat Indonesia Islam)	0,20	4	0,80	Peluang market blm optimal dilayani

2. Adanya peluang hukum untuk berkembangnya Bank Syariah	0,20	3	0,60	Adanya UU Perbankan Syariah, fatwa MUI Peluang Perbankan Syariah berkembang
3 Adanya peluang ekonomi bagi keberadaan Bank Syariah	0,10	3	0,30	
Sub Total	0,50		1,70	
Ancaman				
1. Ancaman yang paling berbahaya ialah apabila Bank Syariah dikait-kaitkan dengan fanatisme agama	0,20	2	0,40	Hambatan sosialisasi ke masyarakat
2 status quo dari para pelaku bank konvensional	0,10	2	0,20	Pesaingan bisnis yang kurang sehat
3. Umat islam yang masih ragu menggunakan layanan bank syariah	0,20	1	0,20	Hambatan pemasaran
Sub Total	0,50		0,80	
Total	1,00		2,50	

Dari hasil susunan faktor-faktor internal dan eksternal diatas, menghasilkan rangkaian skor sebagai berikut :

- 1. Kekuatan (Strengths/S) = 1,90
- 2. Kelemahan (Weaknesses/W) = 0,80
- 3. Peluang (Opportunities/O) = 1,70
- 4. Ancaman (Threats/T) = 0,80

Tabel 4
Rekap Skor IFAS dan EFAS

Skor Internal	Skor Eksternal	Pilihan Strategi
S > W (+) 1,90 > 0,80 (+)	O > T (+) 1,70 > 0,80 (+)	GROWTH
S < W (-)	O < T (-)	SURVIVAL
S > W (+)	O < T (-)	DIVERSIFICATION
S < W (-)	O < T (+)	STABILITY

Dari tabel diatas dihasilkan faktor internal dan eksternal yang positif, berarti bahwa kekuatan PT. Bank Syariah Indonesia relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya, sedangkan lingkungan eksternal saat ini dihadapi lebih besar Peluang dari pada ancamannya.

PT Bank Syariah Indonesia memiliki kekuatan untuk mengubah peluang menjadi prestasi dan pertumbuhan lebih baik Strategi yang dapat digunakan salah satunya untuk menentukan strategi bersaing pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah growth strategy. Yaitu Strategi Pertumbuhan dengan Memaksimalkan kekuatan yang di PT BSI yaitu modal inti yang besar, jumlah cabang lebih dari 1.200 cabang, jaringan ATM 1.700 jaringan dan juga jumlah karyawan 20.000 untuk memaksimalkan peluang yang tersedia.

Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil atas penentuan strategi bersaing melalui analisis SWOT dengan melakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal pada PT Bank Syariah Indonesia sebagai berikut:

1. Penggabungan tiga bank syariah milik Bank BUMN Menjadi PT Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat meningkatkan daya saing keuangan syariah di era digital. Dampak merger terhadap perkembangan ekonomi syariah juga diyakini positif, karena entitas baru yang lahir dari aksi korporasi ini akan memiliki modal besar untuk bergerak menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional.
2. Faktor eksternal dalam menentukan strategi bersaing pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) jumlah aset dan modal inti yang dimiliki akan menempatkan BSI masuk dalam daftar 7 besar bank di Indonesia dari sisi aset dan TOP 10 bank terbesar di dunia dari sisi kapitalisasi pasar. Selain memiliki aset dan modal inti besar, BSI juga didukung lebih dari 1.200 cabang, 1.700 jaringan ATM, serta 20.000 karyawan di seluruh Indonesia, sehingga diharapkan mampu memberikan layanan finansial berbasis syariah, layanan sosial, dan layanan spiritual.

Strategi yang dapat digunakan salah satunya untuk menentukan strategi bersaing pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah growth strategy. Yaitu Strategi Pertumbuhan dengan Memaksimalkan kekuatan yang di PT BSI yaitu modal inti yang besar, jumlah cabang lebih dari 1.200 cabang, jaringan ATM 1.700 jaringan dan juga jumlah karyawan 20.000 karyawan untuk dapat merebut peluang pasar bank syariah yang sangat besar di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Antonio, Muhammad Syafii, 2001, Bank Syariah Dari Teori ke Praktik, Jakarta: Gema Insani Press.
- Arifin, Zainul, 2000, Memahami Bank Syariah, Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek, Jakarta: Al Vabet. Salemba Empat.
- Artikel yang telah tayang di Investor.id dengan judul "BSI Masuk 10 Besar Emiten Berkapitalisasi Pasar Terbesar
- Jogiyanto. 2005. Sistem Informasi Strategik Untuk Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Mashuri. 2012. "Analisis Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah Dengan Pendekatan Strategi Pemasaran". IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita 1 (1), 182-194.
- Mashuri. 2015. "Analisis Keunggulan Produk Pembiayaan Perbankan Syariah". IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita 4 (2), 112-122.
- Muhamad. 2005. Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah. Yogyakarta: UII Press.
- Ramadhan, Ahmad dan Fivi Rahmatus Sofiyah. 2013. "Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi McDonald's Ring Road)". Media Infomasi Manajemen 1 (4).
- Rangkuti, Freddy. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama