

Analisis implementasi pernyataan misi bank syariah indonesia berdasarkan pendekatan swot

Fahmi Amru Ar-Rifa'i

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: amrurifai2525@gmail.com

Kata Kunci:

Pernyataan Misi, Bank Syariah Indonesia, SWOT, Manajemen Strategis

Keywords:

Mission Statement, Bank Syariah Indonesia, SWOT, Strategic Management

ABSTRAK

Persaingan ketat perusahaan yang diiringi dengan perubahan perilaku konsumen secara cepat membuat perusahaan harus memiliki arah strategis yang jelas. Manajemen strategis berperan penting dalam menentukan arah strategis jangka panjang yang dirumuskan di dalam misi perusahaan, yang mencerminkan arah dan tujuan jangka panjang. Bank syariah Indonesia telah mempunyai pernyataan misi yang cukup baik, mencakup hampir seluruh komponen evaluasi pernyataan misi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif, objek penelitian ini adalah implementasi pernyataan misi Bank Syariah Indonesia, sedangkan subjek penelitian ini meliputi analisis faktor internal dan eksternal melalui pendekatan SWOT. Data yang digunakan adalah data sekunder dan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pernyataan misi Bank Syariah Indonesia yang terimplementasi, dan rekomendasi strategis yang dapat mempercepat terwujudnya misi tersebut berdasarkan kondisi di lapangan saat ini menggunakan pendekatan SWOT. Hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang adanya kemajuan dari beberapa pernyataan misi BSI, dan rekomendasi strategis berdasarkan analisis SWOT untuk mempercepat perwujudan misi yang belum terealisasi.

ABSTRACT

Fierce competition among companies, coupled with rapid changes in consumer behavior, requires companies to have a clear strategic direction. Strategic management plays an important role in determining the long-term strategic direction formulated in the company's mission, which reflects its long-term direction and goals. Bank Syariah Indonesia has a fairly good mission statement, covering almost all components of mission statement evaluation. This study uses a descriptive-qualitative method, with the object of research being the implementation of the mission statement of Indonesian Islamic Banks, while the subject of research includes an analysis of internal and external factors through a SWOT approach. The data used is secondary data, and the data collection technique is documentation. This study aims to determine the extent to which the mission statement of Bank Syariah Indonesia has been implemented and to provide strategic recommendations that can accelerate the realization of the mission based on current conditions in the field using the SWOT approach. The results of this study provide an overview of the progress made in several of BSI's mission statements and strategic recommendations based on SWOT analysis to accelerate the realization of missions that have not yet been realized.

Pendahuluan

Saat ini tren bisnis berubah sangat cepat yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Persaingan ketat perusahaan juga menyebabkan perubahan pola tren bisnis secara nasional maupun global. Maka dari itu, setiap perusahaan harus mempunyai arah strategi yang jelas. Disini, peran manajemen strategis sangatlah dibutuhkan bagi perusahaan. Manajemen strategis adalah



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang bertujuan untuk menjamin kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang, yang mencakup perencanaan strategi, pelaksanaan, dan evaluasi (Wheelen, 2010; Huda & Martanti, 2018). Menurut penjelasan dalam buku karya David (2011), di dalam manajemen strategi terdapat tiga tahap dalam menetapkan arah strategis, yakni perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Pada tahap perumusan strategi, termasuk di dalamnya penyusunan visi dan misi. Pernyataan tersebut menegaskan pentingnya penyusunan visi dan misi yang jelas pada tahap awal penentuan strategi perusahaan.

Pernyataan misi membantu perusahaan dalam mengkomunikasikan identitas, tujuan jangka panjang dan komitmen untuk selalu bertumbuh seiring waktu. Penelitian oleh Amir et al. (2024) menunjukkan bahwa pernyataan misi berperan sebagai mediator antara perspektif pertumbuhan dan daya saing perusahaan. Tambahnya, pernyataan visi dan misi menyediakan kerangka strategis yang mengarahkan aktivitas perusahaan serta membangun budaya harapan bersama, yang sangat krusial untuk menjaga keunggulan kompetitif (Amir et al., 2024). Sebagai lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia memiliki peran penting dalam penguatan ekosistem keuangan halal nasional. BSI memiliki pernyataan misi yang jelas, menggambarkan komitmennya untuk terus tumbuh dan mampu bersaing secara global. Namun, dalam mewujudkan misi tersebut, diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh BSI.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pernyataan misi Bank Syariah Indonesia yang terimplementasi, dan rekomendasi strategis yang dapat mempercepat terwujudnya misi tersebut berdasarkan kondisi di lapangan saat ini menggunakan pendekatan SWOT. Pendekatan SWOT dipilih karena merupakan alat yang paling lama digunakan dan paling sering dipakai oleh perusahaan untuk menganalisis situasi dalam penyusunan strategi (Wibawati et al., 2023). Menurut Mukaffi et al. (2019), analisis ini berlandaskan pada prinsip yang memungkinkan untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang sekaligus mengurangi kelemahan dan ancaman, yang dapat memvisualisasikan realita perusahaan saat ini. Lebih jauh, pernyataan misi berfungsi sebagai arah tujuan strategis, sedangkan analisis SWOT berfungsi sebagai alat untuk mengetahui posisi dan kondisi strategis secara aktual, yang dapat memperlihatkan pengimplementasian pernyataan misi oleh Bank Syariah Indonesia. Ditambah lagi, belum banyak penelitian yang menggunakan pendekatan SWOT untuk mengetahui kemajuan dari pernyataan misi suatu perusahaan, khususnya Bank Syariah Indonesia. Maka dari itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna mengetahui kondisi Bank Syariah Indonesia berdasarkan faktor internal dan eksternal, yang menunjang pengimplementasian pernyataan misinya.

Literature Review

Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah serangkaian kegiatan pengambilan keputusan komprehensif, beserta penentuan metode pelaksanaannya, yang dilakukan oleh manajemen puncak dan dijalankan oleh seluruh lapisan organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Sedjati, 2015). Sedangkan menurut Wheelen (2010) dikutip dalam

Huda & Martanti (2018), manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang bertujuan untuk menjamin kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang, yang mencakup perencanaan strategi, pelaksanaan, dan evaluasi. Huda & Martanti (2018) juga mengungkapkan, manajemen strategi memiliki empat tujuan utama, yaitu: memberikan panduan untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan, mempertimbangkan kepentingan berbagai pihak, mengantisipasi perubahan secara menyeluruh, serta berkaitan dengan peningkatan efisiensi dan efektivitas.

Misi

Menurut David (2011), misi adalah “*A declaration of an organization’s reason for being*”, yang berarti pernyataan tentang tujuan keberadaan suatu organisasi. Pernyataan ini menjelaskan bahwa misi merupakan serangkaian rencana utama yang menggambarkan alasan didirikannya sebuah perusahaan atau lembaga serta menyoroti isu-isu utama yang menjadi fokus organisasi tersebut (Anisa & Rahmatullah, 2020). Sedangkan menurut Pearce (2008), misi perusahaan adalah pernyataan umum dan permanen tentang tujuan sebuah perusahaan yang meliputi filosofi perusahaan, menggambarkan citra yang ingin ditampilkan, mencerminkan identitas perusahaan, serta menunjukkan jenis produk atau jasa utama dan kebutuhan pelanggan yang berupaya dipenuhi oleh perusahaan tersebut.

Pernyataan misi adalah pesan yang dirancang untuk mencerminkan harapan semua pemangku kepentingan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Dengan kata lain, misi menggambarkan sikap, pandangan, dan arah perusahaan, bukan target yang bisa diukur secara konkret (Pearce, 2008). Fred R. David (2011) menjelaskan dalam bukunya bahwa pernyataan misi yang efektif sebaiknya mengandung sembilan komponen utama, di antaranya adalah: *Customers, Products or Services, Technology, Concern for survival, growth, and profitability, Philosophy, Self-concept, Concern for public image, Concern for employee*.

Analisis SWOT

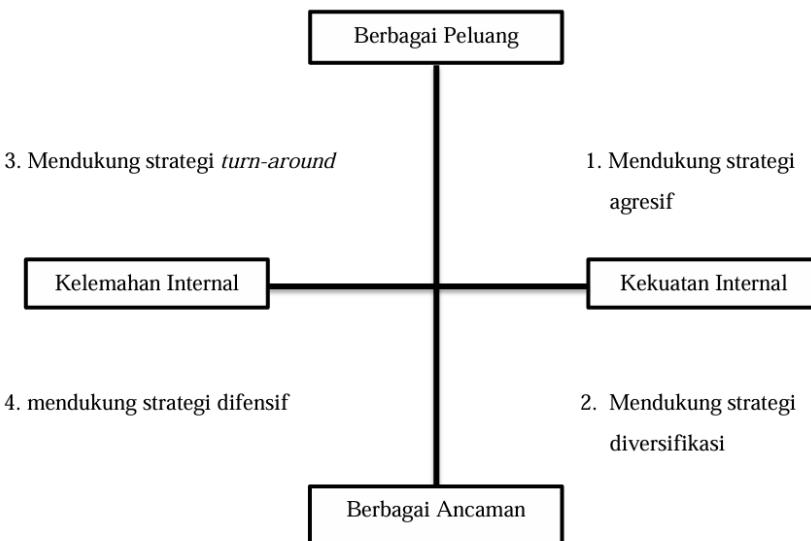
Menurut Kotler & Armstrong (2008) dikutip dalam Chrismastianto (2017), Analisis SWOT merupakan evaluasi secara menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh sebuah perusahaan. Dengan kata lain, SWOT digunakan untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangan sumber daya perusahaan serta peluang eksternal dan tantangan yang dihadapi (Hartono, 2005; Chrismastianto, 2017). Langkah-langkah dalam membuat analisis SWOT menurut David (2011) yaitu mengumpulkan informasi mengenai kekuatan dan kelemahan dari internal perusahaan, serta peluang dan ancaman dari eksternal perusahaan. Langkah selanjutnya yaitu menggabungkan kekuatan internal dengan peluang eksternal untuk merumuskan strategi SO. Selanjutnya, mencocokkan kelemahan internal dengan peluang dari eksternal untuk memtukar strategi WO untuk memperbaiki kondisi internal dengan memanfaatkan peluang dari luar perusahaan. Kemudian, kekuatan perusahaan digabungkan dengan ancaman dari eksternal untuk menyusun strategi ST. Terakhir, menggabungkan kelemahan internal perusahaan dengan ancaman dari luar untuk merancang strategi defensiveWT. Berdasarkan penjelasan David (2011), skema matriks SWOT dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks SWOT

| | | |
|------------------|-----------|-----------|
| Eksternal | O | T |
| Internal | | |
| S | SO | ST |
| W | WO | WT |

Sumber: David (2011)

Langkah penentuan strategi SO, ST, WO, dan WT, mengacu pada diagram kuadran SWOT yang berfungsi untuk memvisualisasikan posisi strategi perusahaan berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS (Muchlis, 2018).

Gambar 1. Diagram Kuadran SWOT

Sumber: Muchlis (2018)

Keterangan:

Kuadran 1 menunjukkan kondisi yang sangat menguntungkan, di mana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan untuk mengoptimalkan peluang tersebut. Strategi yang ideal dalam keadaan ini adalah menerapkan kebijakan pertumbuhan yang agresif (Muchlis, 2018). Kuadran 2 menunjukkan perusahaan yang tetap kuat secara internal meskipun menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang disarankan adalah menggunakan kekuatan tersebut untuk mengejar peluang lewat diversifikasi produk atau pasar (Muchlis, 2018). Kuadran 3 menggambarkan perusahaan yang memiliki peluang pasar besar namun menghadapi kendala internal. Strategi yang tepat adalah mengatasi masalah internal agar peluang pasar bisa dimanfaatkan lebih optimal (Muchlis, 2018). Kuadran 4 menunjukkan kondisi yang sangat tidak menguntungkan, di mana perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Karena itu, strategi defensif dianjurkan dalam situasi ini (Muchlis, 2018).

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan data sekunder yang diperoleh secara dokumentasi. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan data yang akurat dan rinci, mengenali permasalahan, melakukan perbandingan atau evaluasi, serta memahami cara orang lain menangani masalah serupa sehingga dapat mengambil pelajaran untuk merancang rencana dan mengambil keputusan di masa depan (Suryanto & Sutinah, 2006). Metode penelitian ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam implementasi pernyataan misi Bank Syariah Indonesia berdasarkan kondisi yang ada saat ini. Objek dalam penelitian ini implementasi pernyataan misi oleh Bank Syariah Indonesia. Sedangkan subjek penelitian meliputi analisis faktor internal dan eksternal menggunakan metode SWOT. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan SWOT.

Pembahasan

Gambaran Umum Objek Penelitian

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah hasil penggabungan atau merger dari PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Izin resmi untuk merger tiga bank syariah tersebut diberikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Surat Keputusan No. 04/KDK.03/2021 pada tanggal 27 Januari 2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan berdirinya Bank Syariah Indonesia secara resmi. Susunan pemegang saham Bank Syariah Indonesia terdiri dari PT Bank Mandiri (Persero) Tbk yang memiliki 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 24,85%, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan porsi 17,25%. Sisanya dimiliki oleh pemegang saham lain yang masing-masing menguasai kurang dari 5% saham.

Deskripsi Pernyataan Misi Bank Syariah Indonesia

Dari situs resimnya, didapat pernyataan misi Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

"Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025". "Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham, Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)".

"Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia, Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja".

Gambar 2. Tangkapan Layar Pernyataan Misi Bank Syariah Indonesia

The screenshot shows the official website of Bank Syariah Indonesia (BSI). At the top, there is a navigation bar with links for 'Produk dan Layanan', 'Prioritas', 'Berita & Pemberitaan', 'Informasi Perusahaan', 'Hubungan Investor', and language options 'ID - EN'. Below the navigation bar, there is a breadcrumb trail 'Informasi Perusahaan > Tentang Kami'. The main content area is divided into two sections: 'Visi' (Vision) on the left and 'Misi' (Mission) on the right.

Visi
Top 5 Global Islamic Bank

Misi

- Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
- Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

Sumber: Website Resmi Bank Syariah Indonesia (2025)

Berdasarkan landasan teori sebelumnya, misi suatu perusahaan yang efektif sebaiknya menyertakan sembilan komponen utama yaitu: pelanggan, produk atau jasa, pasar, teknologi, keberlangsungan pertumbuhan dan profitabilitas, filosofi, konsep diri, citra publik, dan karyawan. Dengan begitu, komponen-komponen tersebut dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana pernyataan misi sebuah perusahaan itu efektif.

Tabel 2. Matriks Evaluasi Pernyataan Misi Bank Syariah Indonesia

| Komponen Evaluasi | Misi 1 | Misi 2 | Misi 3 | Penjelasan |
|--|--------|--------|--------|---|
| Pelanggan | ✓ | X | X | “melayani >20 juta nasabah” |
| Produk / Jasa | ✓ | X | X | “memberikan akses solusi keuangan syariah” |
| Pasar | ✓ | ✓ | ✓ | Ketiganya mencakup konteks pasar Indonesia |
| Teknologi | X | X | X | - |
| Keberlangsungan, pertumbuhan, dan profitabilitas | ✓ | ✓ | ✓ | Ketiganya menjelaskan konsep keberlangsungan, pertumbuhan, dan profitabilitas |
| Filosofi | ✓ | ✓ | ✓ | Terdapat nilai-nilai syariah, pemberdayaan budaya, dan valuasi kuat |
| Konsep Diri | ✓ | ✓ | X | Misi 1 dan 2 menjelaskan bagaimana BSI membedakan dirinya dengan kompetitor |

| | | | | |
|--------------|---|---|---|---|
| Citra Publik | ✓ | ✓ | ✓ | “menjadi top 5 bank”, “menjadi bank besar”, “menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan” |
| Karyawan | X | X | ✓ | Misi 3 menjelaskan pemberdayaan karyawan |

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

Dari hasil matriks evaluasi pernyataan misi tersebut, misi Bank Syariah Indonesia hampir mencakup seluruh komponen evaluasi kecuali teknologi. Ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki pernyataan misi yang kuat serta orientasi pasar dan tujuan yang jelas. Dari hasil matriks evaluasi pernyataan misi tersebut, misi Bank Syariah Indonesia hampir mencakup seluruh komponen evaluasi kecuali teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia telah mempunyai pernyataan misi yang cukup baik, dan menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki orientasi pasar dan tujuan yang terarah.

Analisis SWOT Bank Syariah Indonesia

Data yang diambil dalam analisis SWOT berasal dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, ditambah dengan laporan resmi BSI, serta berita terbaru di berbagai media massa. Demi memudahkan pembaca, penulis membuat tabel struktur SWOT kualitatif berdasarkan Internal Factors Analysis Summary (IFAS) dan External Factors Analysis Summary (EFAS) sebagai berikut:

Tabel 3. Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

| Aspek | Uraian | Sumber | Dampak Strategis |
|-----------------|--|-------------------------------|---|
| Strength | Sumber dana hasil merger cukup banyak, dan masing-masing bank yang melakukan merger cukup dikenal oleh masyarakat. | Marpaung (2021) | Meningkatnya kepercayaan publik dan stabilitas permodalan yang memberikan BSI ruang untuk memperluas jaringan dan pembiayaan syariah. |
| | Inovasi produk baru: Sharia Restricted Investment Account (SRIA) dan Cash Waqf Linked Deposit (CWLD) | Bank Syariah Indonesia (2025) | Memperkuat peran BSI sebagai pemain keuangan syariah sekaligus menarik minat masyarakat muslim yang akan melakukan waqaf dan investasi syariah. |

| | | | |
|-----------------|--|-------------------------------|---|
| Weakness | Perluasan akses kesempatan kerja melalui program BiBiT Magang BSI | Bank Syariah Indonesia (2025) | Meningkatkan citra positif terhadap kontribusi sosial BSI bersamaan dengan penguatan SDM. |
| | Inovasi digitalisasi layanan melalui platform digital BYOND pada 9 November 2024, dan BEWIZE pada 29 April 2025 | Bank Syariah Indonesia (2025) | Memperkuat daya saing, memperluas akses, dan meningkatkan efisiensi operasional. |
| | Memiliki produk tanpa biaya admin <i>easy wadiah</i> yang paling populer | Anisa & Rahmatullah (2020) | Menarik dan meningkatkan loyalitas nasabah ritel. |
| | Mengalami pertumbuhan jumlah nasabah yang signifikan selama 4 tahun sejak berdirinya, mencapai 22jt nasabah per September 2025 | Mayasari (2025) | Dapat memaksimalkan penawaran produk-produknya kepada seluruh nasabah. |
| | Gangguan sistem akibat pemeliharaan layanan selama lebih dari dua hari, pada Februari dan Juni 2025 | Hidayat (2025) | Menurunkan kepercayaan publik terhadap layanan digital. |
| | Dominasi pendanaan oleh simpanan berbiaya mahal dan berjangka pendek (deposito berjangka) | Marpaung (2021) | Dapat menyebabkan risiko likuiditas serta perlu diversifikasi sumber dana yang murah |
| | Terdapat kendala koneksi internet yang cukup sering | Surya (2024) | Dapat menghambat layanan digital |

| | | | |
|--|--|--------------------|--|
| | Kurangnya transaksi saat ekonomi nasabah menurun | Aini et al. (2024) | Kemungkinan ketergantungan pada kondisi ekonomi makro. |
|--|--|--------------------|--|

Sumber: Penelitian terdahulu, media massa online, dan laporan resmi BSI

Tabel 4. External Factors Analysis Summary (EFAS)

| Aspek | Uraian | Sumber | Dampak Strategis |
|-------------|--|-----------------------|--|
| Opportunity | Potensi ekonomi syariah global dan Indonesia berpeluang untuk menjadi pemimpin di sektor tersebut. | CNBC Indonesia (2025) | BSI dapat memperluas ekspansi secara global. |
| | Meningkatnya beberapa sektor industri halal seperti pakaian muslim dan makanan minuman halal. | CNBC Indonesia (2025) | Membuka peluang pembiayaan bagi pelaku industri halal |
| | Terdapat banyak pesantren di Indonesia yang dapat menjadi penggerak ekonomi syariah. | CNBC Indonesia (2025) | Dapat menjalin kemitraan dan potensi calon nasabah teredukasi keuangan syariah |
| | Rendahnya pangsa pasar yang dapat berpotensi memperluas pendanaan. | Marpaung (2021) | Berpeluang untuk meningkatkan literasi keuangan syariah dan calon nasabah |
| | Dukungan pengembangan ekonomi syariah oleh pemerintah dengan adanya kebijakan tentang dana Badan Pengelola Keuangan Haji | Marpaung (2021) | Membuka peluang untuk memperluas produk haji dan umrah. |

| | | | |
|---------------|---|---------------------------|--|
| Threat | Literasi keuangan syariah yang rendah. | Alhusain (2021) | Dapat menghambat pertumbuhan nasabah baru. |
| | Ancaman serangan siber yang terulang, seperti pada bulan Mei 2023 | Burhan & Durrohman (2023) | Berisiko kehilangan data. |
| | Persaingan ketat dengan bank konvensional. | CNN Indonesia (2021) | Mengharuskan BSI untuk terus berinovasi |
| | Menurunnya kepercayaan dan loyalitas nasabah akibat kendala sistem dan serangan siber yang terjadi di tahun-tahun sebelumnya. | Kompas (2025) | Berpotensi menurunkan jumlah nasabah. |

Sumber: Penelitian terdahulu dan media massa online

Berikut matriks SWOT dari hasil analisis IFAS dan EFAS berlandaskan pada pemaparan oleh David (2011) yang telah dibahas pada landasan teori dengan menggabungkan seluruh faktor internal dan eksternal untuk membuat strategi SO, WO, ST, dan WT.

Tabel 5. Matriks SWOT

| | Strengths (S) | Weakness (W) |
|--------------------------|---|---|
| Opportunities (O) | <p>SO</p> <p>Memperluas digitalisasi layanan untuk menjangkau segmen industri halal seperti pakaian, makanan, dan minuman halal.</p> <p>Mengoptimalkan program BiBiT Magang BSI untuk merekrut SDM unggul dari lingkungan pesantren sekaligus memperluas literasi keuangan syariah.</p> <p>Meningkatkan kerja sama strategis dengan pemerintah</p> | <p>WO</p> <p>Memaksimalkan peran pemerintah dan BPKH dalam memperluas sumber pendanaan syariah guna mengurangi ketergantungan pada deposito dengan biaya tinggi.</p> <p>Menguatkan server layanan digital sekaligus menggunakan untuk memperluas akses ke dalam sektor industri halal.</p> |

| | | |
|--------------------|--|---|
| | <p>dan BPKH dalam penyaluran dana haji melalui produk keuangna syariah inofatif.</p> <p>Dapat menerapkan strategi agresif dengan adanya pertumbuhan jumlah nasabah bersamaan dengan berkembangnya sektor industri halal di Indonesia.</p> | |
| Threats (T) | <p>ST</p> <p>Mengoptimalkan produk favorit nasabah <i>easy wadiah</i> untuk menjaga loyalitas nasabah di tengah persaingan ketat dengan bank konvensional.</p> <p>Meneruskan inovasi-inovasi digitalisasi produk syariah, bersamaan dengan penguatan sistem keamanan dari serangan siber.</p> <p>Memanfaarkan pertumbuhan jumlah nasabah untuk memperluas akses produk dalam perasingan ketat dengan bank konvensional.</p> | <p>WT</p> <p>Meningkatkan komunikasi publik dan transparansi layanan ketika terjadi gangguan sistem agar kepercayaan nasabah tidak menurun.</p> <p>Melakukan maintenance pada sistem secara rutin, namun tidak terlalu lama seperti kejadian pada Februari & Juni 2025 agar nasabah tidak terganggu.</p> |

Sumber: Data Diproses Penulis Berdasarkan Landasan Teori (2025)

Pernyataan Misi yang Telah Terimplementasi

Beberapa dari hasil analisis SWOT telah mencerminkan implementasi pernyataan misi dari Bank Syariah Indonesia, yang mencerminkan konsistensi dan kapabilitas untuk mencapai rencana utama yang menggambarkan pendirian-nya, dan juga terhadap harapan para pemangku kepentingan terhadap kinerjanya dalam jangka panjang. Beberapa pernyataan misi Bank Syariah Indonesia yang menunjukkan kemajuan diantaranya yaitu: "Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia....". Potongan pernyataan misi tersebut telah diimplementasikan dengan inovasi yang dilakukan secara terus menerus oleh BSI, seperti produk baru Cash Waqf Linked Deposit (CWLD). Secara tidak langsung, dengan ini BSI telah memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

"Melayani lebih dari 20 juta nasabah". Per September 2025, nasabah BSI telah mencapai 22 juta. Hal ini diungkapkan oleh direktur utama BSI Anggoro Eko, dalam artikel Kontan.co.id yang tulis oleh Mayasari (2025), Dengan demikian, pernyataan misi

BSI untuk melayani lebih dari 20 juta nasabah telah terealisasi, yang menggambarkan kekuatan BSI dalam menarik minat calon nasabah.

”Memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan...”. Sejak awal berdirinya pada tahun 2021, BSI telah mengadakan program BiBiT Magang yang menunjukkan komitmennya dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan karyawan. Selain itu, penelitian dari Azhari & Wardana (2024) menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki peran aktif dalam mengembangkan sektor UMKM di Indonesia.

Rekomendasi Strategi Berdasarkan Pendekatan SWOT untuk Merealisasikan Pernyataan Misi

”Menjadi top 5 bank berdasarkan aset”, begitulah kiranya potongan pernyataan misi BSI. Melansir artikel dari financial.bisnis.com yang dilaporkan oleh Angela (2025), BSI belum menduduki posisi dari top 5 bank berdasarkan aset di Indonesia. Berdasarkan pendekatan analisis SWOT, rekomendasi untuk mewujudkannya dapat dilakukan dengan mengoptimalkan dan memanfaatkan pertumbuhan jumlah nasabah untuk memperluas produk keuangan syariah, memanfaatkan potensi pangsa pasar yang masih luas untuk mempercepat pertumbuhan aset.

Pernyataan misi kedua BSI yang berbunyi: ”Top 5 bank paling profitable di Indonesia (ROE 18%)”, masih juga belum terwujud. Menurut artikel Bank Syariah Indonesia (2025), Return on Equity BSI per Februari 2025 sebesar 17,77%. Angka ROE tersebut nyaris mewujudkan misi BSI yaitu sebesar 18%. Berdasarkan pendekatan analisis SWOT, BSI dapat mempercepat pertumbuhan ROE dengan cara menguatkan brand syariah yang serta dukungan dari pemerintah terhadap ekonomi halal untuk memperluas pembiayaan produktif di sektor industri halal yang sedang bertumbuh. Dengan ini, BSI dapat mengoptimalkan pendapatannya serta menarik minat investor.

Potongan pernyataan misi ketiga BSI yang berbunyi: ”Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia” menunjukkan adanya kemajuan, dibuktikan dengan pertumbuhan jumlah nasabah yang mencerminkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan BSI. Namun, dengan adanya beberapa kendala sistem, hal tersebut dapat mengurangi minat nasabah maupun calon nasabah untuk menggunakan layanan BSI, khususnya layanan digital. Strategi terbaik berdasarkan pendekatan SWOT sebelumnya yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan citra positif BSI yaitu dengan memperkuat keandalan dan keamanan sistem digital, mempercepat respon terhadap komplain nasabah, serta memperluas literasi keuangan syariah pada generasi muda khususnya di pesantren.

Kesimpulan

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa secara internal BSI memiliki kekuatan utama berupa brand syariah yang kuat, inovasi produk keuangan, serta pertumbuhan nasabah yang pesat. Namun, masih terdapat kelemahan seperti sistem digital yang belum stabil dan kurangnya diversifikasi produk. Secara eksternal, BSI memiliki peluang besar dari pertumbuhan industri halal, dukungan pemerintah, dan pangsa pasar yang luas, namun perlu mewaspada persaingan bank konvensional dan ancaman keamanan digital.

Berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal, posisi BSI berada pada kuadran I yang mendukung strategi agresif untuk terus tumbuh dan memanfaatkan peluang industri halal. Sejumlah misi BSI telah menunjukkan kemajuan, terutama dalam perluasan akses layanan keuangan syariah dan pemberdayaan masyarakat, meskipun target menjadi top 5 bank berdasarkan aset, ROE, serta perusahaan pilihan masih perlu ditingkatkan. Strategi yang direkomendasikan meliputi mengoptimalkan pertumbuhan nasabah lewat inovasi produk, memperkuat citra dan merek syariah, meningkatkan sistem digital, serta memperluas literasi keuangan syariah di kalangan generasi muda untuk mempercepat pencapaian misi BSI secara menyeluruh.

Daftar Pustaka

- Aini, H., Hak, N., & Sumarni, Y. (2024). Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Era Society 5.0 (Studi Kasus PT Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu S Parman). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1786>
- Alhusain, A. S. (2021). Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *Info Singkat: Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, 11(3), 19–24.
- Amir Ja., Budiono S.B., Margono H.M., S. R. G. (2024). A Peran Pernyataan Visi Dan Misi Pada Pengaruh Pembelajaran Dan Pertumbuhan Terhadap Daya Saing Perusahaan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6). <https://elibrary.ru/item.asp?id=81256148>
- Anggela, N. L. (2025). *Top 10 Bank Terbesar Indonesia Semester I/2025: Mandiri di Puncak, Aset BNI Menanjak*. <https://finansial.bisnis.com/read/20250922/90/1913278/top-10-bank-terbesar-indonesia-semester-i2025-mandiri-di-puncak-aset-bni-menanjak?>
- Anisa, C., & Rahmatullah, R. (2020). Visi dan Misi Menurut Fred R. David dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. <https://core.ac.uk/download/pdf/599481226.pdf>
- Ayuningrum, R., & Hidayat, A. (2025). BSI Ungkap Penyebab Aplikasi BYOND Terganggu. <https://finance.detik.com/moneter/d-7944622/bsi-ungkap-penyebab-aplikasi-byond-terganggu>
- Azhari, A., & Wardana, G. K. (2024). Peran bank syariah dalam perkembangan UMKM di Indonesia. [repository.uin-malang.ac.id. http://repository.uin-malang.ac.id/21775/](http://repository.uin-malang.ac.id/21775/)
- Chrismastianto, I. A. W. (2017). Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1). <https://pdfs.semanticscholar.org/f2f2/8809b051ae5b923e7b8690358e7a3ce7467a.pdf>
- Huda, A. M., & Martanti, D. E. (2018). *Pengantar manajemen strategik*. eprints.upjb.ac.id. [https://eprints.upjb.ac.id/id/eprint/204/1/Pengantar_Manajemen_Strategik_by_Dr._Anam_Miftakhul_Huda,_M.I.Kom.,_dkk.\(z-lib.org\).pdf](https://eprints.upjb.ac.id/id/eprint/204/1/Pengantar_Manajemen_Strategik_by_Dr._Anam_Miftakhul_Huda,_M.I.Kom.,_dkk.(z-lib.org).pdf)
- Indonesia, B. S. (n.d.). Tentang Kami - Informasi Perusahaan | Bank Syariah Indonesia.

- <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- Indonesia, B. S. (2025a). *BSI Perluas Akses Kesempatan Kerja Lewat BiBiT Magang - Berita | Bank Syariah Indonesia.* <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-perluas-akses-kesempatan-kerja-lewat-bibit-magang>
- Indonesia, B. S. (2025b). *Fokus Transformasi Digital dan Inovasi, BSI Cetak Pertumbuhan Laba 22,83% - Berita | Bank Syariah Indonesia.* <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/fokus-transformasi-digital-dan-inovasi-bsi-cetak-pertumbuhan-laba-2283>
- Indonesia, B. S. (2025c). *Lewat Inovasi Finansial, BSI Transformasi Gerakan Wakaf Produktif - Berita | Bank Syariah Indonesia.* <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/lewat-inovasi-finansial-bsi-transformasi-gerakan-wakaf-produktif>
- Indonesia, B. S. (2025d). *Siap Jadi Pemain Global, BSI Perluas Inklusi melalui Inovasi Digital - Berita | Bank Syariah Indonesia.* <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/siap-jadi-pemain-global-bsi-perluas-inklusi-melalui-inovasi-digital>
- Indonesia, C. N. B. C. (2025). *Video: Bank Indonesia Ungkap Potensi Jumbo Ekonomi Syariah RI.* <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20251009150920-31-674431/video-bank-indonesia-ungkap-potensi-jumbo-ekonomi-syariah-ri>
- Indonesia, C. N. N. (2021). *OJK Beberkan Kelemahan Bank Syariah Dibanding Bank Umum.* <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211014163549-78-707885/ojk-beberkan-kelemahan-bank-syariah-dibanding-bank-umum>
- Kompas.com. (2023). *Gangguan Sistem BSI dan Kepercayaan Ekonomi Syariah.* <https://money.kompas.com/read/2023/05/13/080310026/gangguan-sistem-bsi-dan-kepercayaan-ekonomi-syariah?page=all>
- Marpaung, M. N. (2021). *Analisis SWOT Terhadap Merger Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah dan BNI Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia* [dspace.uii.ac.id]. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/31931>
- Mayasari, S. (2025). *Dalam 4 Tahun Sejak Didirikan Jumlah Nasabah BSI Tercatat Capai 22 Juta Nasabah.* <https://keuangan.kontan.co.id/news/dalam-4-tahun-sejak-didirikan-jumlah-nasabah-bsi-tercatat-capai-22-juta-nasabah>
- Muchlis, R. (2018). Analisis SWOT financial technology (fintech) pembiayaan perbankan syariah di Indonesia (studi kasus 4 bank syariah di kota Medan). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30821/ajei.vii.2735>
- Mukaffi, Z., Rozi, C., & Susanti, R. A. (2019). Competitive Strategy for Micro, Small Business and Medium Food Industry Sector. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 101(Iconies 2018), 179–186. <https://repository.uin-malang.ac.id/5203/1/5203.pdf>
- Pearce, R. (2008). *Manajemen Strategis* 1 (ed. 10) Koran. books.google.com. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=GopP6S9Mt8QC&oi=fnd&pg=PA3&dq=manajemen+strategi&ots=ezZjlj9_nD&sig=DxYrsDcBM7qKr4WEwbm18ygMI-E
- Sedjati, R. S. (2015). *Manajemen Strategis*. books.google.com.

<https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=ecBVEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=manajemen+strategi&ots=mmeN9u1sHV&sig=dohZvoLCkRM4V6qj38uTQ9gqS88>

Surya, E. (2024). *Analisis SWOT Penerapan Financial Technology Pada Layanan Mobile Banking PT. Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan* [etd.uinsyahada.ac.id]. <http://etd.uinsyahada.ac.id/id/eprint/11179>

Wibawati, D. A. P., Al Ahdi, M. H., Izzah, N., & Cahyani, W. (2023). Analisis Swot Pada Ukm Minuman Sari Buah Kunyit Asam Di Desa Palaan Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang. *JRCE (Journal of Research on Community Engagement)*, 4(2), 108–118. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/jrce/article/view/19754/10159>