

Analisis perbandingan perencanaan strategis pada perbankan syariah

Rosya Mawaddah Susanto^{1*}, Mar'atus Sholihah², Fairuz Fadhilah³

^{1,2,3}Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: *210503110004@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

rencana strategi; RENSTRA; bank syariah; perbandingan strategi; analisis perbandingan

Keywords:

strategic plan; RENSTRA; sharia bank; comparative strategy; comparative analysis

ABSTRAK

Penelitian ini melakukan analisis perbandingan perencanaan strategis pada tiga bank syariah terkemuka di Indonesia: Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Bukopin Syariah, dan Bank BCA Syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan membandingkan berbagai aspek perencanaan strategis yang digunakan oleh ketiga bank tersebut, termasuk profil, visi, misi, dan rencana strategi. Metodologi penelitian melibatkan analisis laporan tahunan, analisis jurnal, analisis artikel, dan juga mengunjungi web site resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga bank syariah berbeda dalam hal perencanaan strategis. BSI mengutamakan pelayanan pelanggan dan penguatan nilai-nilai Islam dalam bisnis mereka. Fokus utama Bank Bukopin Syariah adalah meningkatkan operasi dan memperluas jangkauan pasarnya. Sementara itu, untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, Bank BCA Syariah berfokus pada inovasi produk dan layanan.

ABSTRACT

This study conducted a comparative analysis of strategic planning at three leading Islamic banks in Indonesia: Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Bukopin Syariah, and Bank BCA Syariah. The purpose of this study is to discover and compare various aspects of strategic planning used by the three banks, including profile, vision, mission, and strategy plan. Research methodology involves analyzing annual reports, analyzing journals, analyzing articles, and also visiting the official web site. The results showed that the three Islamic banks differed in terms of strategic planning. BSI prioritizes customer service and strengthening Islamic values in their business. Bank Bukopin Syariah's main focus is to improve operations and expand its market reach. Meanwhile, to gain a competitive advantage, Bank BCA Syariah focuses on product and service innovation.

Pendahuluan

Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam yang dalam operasionalnya mengacu pada ketentuan dalam Al-Qur'an dan Hadits (Fauziah & Segaf, 2022). Maksud dari prinsip syariah adalah ketentuan syariat Islam yang berkaitan dengan tata cara muamalah, khususnya kegiatan yang berkaitan dengan hubungan antar manusia, politik, ekonomi, sosial dan budaya (Ana & Zunaidi, n.d.).

Berdirinya bank yang menerapkan sistem bagi hasil atau biasa disebut dengan bank syariah, didasari oleh dua alasan utama yaitu (1) Sebagian masyarakat berpendapat bahwa bunga perbankan di bank konvensional termasuk riba, (2) dari sudut pandang ekonomi, pengalihan risiko bisnis kepada satu pihak dianggap sebagai pelanggaran terhadap keadilan (Salis & Solekah, 2019).



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

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

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia, dilatarbelakangi oleh keinginan masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim dan sebagian dari mereka menganggap bunga pada bank konvensional adalah suatu hal yang haram. Namun, prinsip bagi hasil dalam Lembaga keuangan telah dikenal luas di berbagai negara baik negara muslim maupun non muslim. Dengan demikian, perbankan syariah tidak selalu dikaitkan dengan aktivitas ritual keagamaan (Islam), melainkan konsep pembagian hasil usaha antara pemilik dan pengelola modal (Suhendro, 2018). Dengan demikian pengelolaan perbankan yang menganut prinsip syariah dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat baik Muslim maupun non-Muslim. Walaupun tidak dapat dipungkiri hingga saat ini perbankan syariah yang berada di Indonesia baru diterapkan pada masyarakat Muslim (Jaya, 2020).

Pengembangan perbankan syariah di masa mendatang, hendaknya fokus terhadap aspek-aspek terkait dengan sistem perbankan syariah seperti meningkatkan kepercayaan Masyarakat, menggali potensi, permasalahan yang dihadapi dan mengidentifikasi penentuan strategi yang tepat bagi pengembangan perbankan syariah (Firmansyah & Widiati, 2016). Saat ini, perkembangan bank syariah terhitung sangat pesat. Perbankan syariah mengalami perkembangan setiap tahunnya hingga memiliki jaringan yang cukup luas. Jika dicermati, perbankan syariah mulai bersaing dengan ketat dengan perbankan konvensional (Rahma Putri & Rachmawati, 2022).

Dalam undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 dikatakan bahwa perkembangan industri perbankan syariah mulai memiliki landasan hukum yang lengkap dan akan mendorong industri perbankan syariah tumbuh pesat. Kemajuan perbankan syariah yang mengesankan, telah menghasilkan pertumbuhan aset dengan jumlah diatas 65% per tahun selama delapan tahun terakhir. Dengan demikian, perbankan syariah memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional.

Pertumbuhan ekonomi, kinerja ekonomi dan keuangan syariah memotivasi lembaga keuangan dan bank syariah untuk meningkatkan kinerjanya melalui restrukturisasi rencana strategis dan restrukturisasi model bisnisnya guna bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Sumber daya dan kemampuan lembaga keuangan dan bank syariah akan dikerahkan guna mengendalikan potensi pangsa pasar (Ana & Zunaidi, 2022)

Dalam manajemen perbankan, manajemen strategi merupakan bagian dari Upaya manajemen untuk mengembangkan dan meningkatkan kekuatannya dengan mengerahkan sumber daya perusahaan guna mendapatkan peluang yang dijadikan inspirasi untuk menentukan visi dan misi lembaga perbankan dan keuangan syariah (Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi, 2021).

Mengetahui peluang dan kekuatan dari bank syariah itu sendiri akan meningkatkan daya saing perusahaan. Daya saing tersebut memiliki berdampak pada penciptaan keunggulan dan menjadikan bank syariah lebih baik dibandingkan dengan pesaing lainnya (Ana & Zunaidi, n.d.)). Bank syariah harus memiliki manajemen strategi guna meningkatkan daya saing. Hal tersebut penting dilakukan karena perusahaan yang memiliki orientasi strategis akan mempengaruhi penentuan visi, misi, strategi dan kebijakan guna mendukung peningkatan daya saing perbankan itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu adanya analisis terhadap rencana dan strategi dari bank syariah guna membandingkan rencana dan strategi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Bukopin Syariah dan Bank BCA Syariah, dengan tujuan mengetahui perbedaan rencana dan strategi yang digunakan ketiga bank tersebut agar tetap kompetitif serta untuk mengetahui rencana keberlanjutan yang akan diterapkan oleh ketiga bank tersebut. Dengan demikian, artikel ini akan membahas terkait dengan “Analisi Perbandingan Perencanaan Strategis Pada Bank Syariah Guna Indonesia (BSI), Bank Bukopin Syariah dan Bank BCA Syariah”.

Pembahasan

Profil Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bank di Indonesia yang bergerak di industri perbankan syariah. BSI secara resmi berdiri pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden RI Bapak Joko Widodo meresmikan secara langsung bank syariah terbesar di Indonesia di Istana Negara. BSI merupakan bank yang didirikan dari hasil merger antara Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi menerbitkan izin merger terhadap ketiga bank tersebut pada 27 Januari 2021 yang tercantum dalam surat Nomor SR-3/PB.1/2021.

BSI memiliki komposisi saham yang terdiri dari PT Bank Mandiri (50.83%), PT Bank BNI (24,85%, dan PT Bank BRI (17,25%), sisanya adalah milik pemegang saham umum yang masing-masing memiliki saham dibawah 5%.

Penggabungan tiga bank syariah ini juga menggabungkan kelebihan dari masing-masing bank. Oleh karena itu, BSI menawarkan layanan yang lengkap dengan permodalan yang lebih baik dan jangkauan pasar yang lebih luas. Pemerintah berharap BSI dapat bersaing di tingkat internasional dan mendukung sinergi dengan perusahaan melalui Kementerian BUMN.

BSI dianggap menjadi sumber energi baru bagi Masyarakat dan bagi pembanguana ekonomi nasional. BSI juga diharapkan memeberikan kontribusi bagi kesejahteraan Masyarakat luas. Keberadaan BSI juga mencerminkan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan membawa kebaikan bagi alam (Rahmatan Lil'Aalamiin). BSI berpotensi untuk berkembang serta bersaing di tingkat global. Selain pertumbuhan kinerja BSI yang psotifi, dukungan iklim yang dimiliki pemerintah dalam misi menciptakan ekosistem industry halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar, fakta bahwa Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia juga membuka peluang besar bagi BSI untuk ikut andil dan bersaing dalam perekonomian dunia.

Saat ini BSI telah memiliki lebih dari 1.200 kantor cabang, memiliki 1785 ATM, memiliki karyawan lebih dari 20 ribu dan memiliki nasabah yang lebih dari 14 juta nasabah yang tersebar di seluruh Indonesia.

Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi: “TOP 10 Global Islamic Bank”

Misi:

1. “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”.
2. “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)”.
3. “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”.

Rencana dan Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Semua perbankan baik konvensional maupun syariah, pasti memiliki rencana dan strategi salah satunya adalah bank BSI yang juga memiliki rencana dan strategi guna mengembangkan BSI di masa mendatang. Terdapat 3 (tiga) rencana dan strategi dari BSI, yaitu rencana dan strategi bisnis, rencana dan strategi keuangan berkelanjutan serta rencana dan strategi pengembangan BSI itu sendiri.

- a. Rencana dan strategi bisnis. Guna mengembangkan bisnisnya, BSI memiliki beberapa rencana dan strategi yang dilakukan yaitu menjaga dan memastikan bahwa pertumbuhan pembiayaan dan dana pihak ketiga (DPK) dalam keadaan yang sehat. BSI juga mulai mengembangkan bisnis berbasis digital. Selanjutnya BSI mengembangkan ekosistem halal dalam transaksi dari hulu ke hilir. BSI juga mulai menjalin Kerjasama dengan bisnis retail. Tak hanya itu, BSI juga mulai mengerjakan *value chain* dari segmen *wholesale* guna mewujudkan operasi bisnis terintegrasi secara optimal yang sesuai dengan prinsip syariah. BSI juga mulai menata kembali produk layanan dan jaringan kantor yang dimiliki agar lebih optimal. Menyediakan pelunasan haji dan umroh melalui mobile. BSI juga memberikan fitur tabung emas, gadai emas dan transaksi ZISWAF melalui mobile. Terakhir, BSI juga meningkatkan produk unggulan Mitraguna yang berbasis payroll dengan bunga (*cost of fund*) yang rendah.
- b. Rencana dan strategi keuangan berkelanjutan. Guna menuju keuangan yang berkelanjutan, BSI menerapkan strateginya dengan cara, BSI lebih terfokus pada pilar utama BSI (*business refocusing, fixing the fundamental, dan strengthen enablers*). Selain itu BSI juga mengembangkan produk dan jasa yang dimiliki, mengembangkan kapasitas internal bank, meningkatkan tata Kelola perusahaan, BSI memberikan pendanaan kepada sektor usaha yang ramah lingkungan seperti industri sawit yang terverifikasi ISPO/RSPO dan menerapkan *eco lifestyle* serta tanggung jawab social dan lingkungan (TJSL).
- c. Rencana dan strategi pengembangan BSI. BSI menerapkan rencana dan strategi pada perusahaannya guna mengembangkan BSI di masa yang mendatang Adapun rencana dan strategi yang diterapkan yaitu, BSI Menyusun matriks strategi yang mencakup

analisi SWOT. BSI juga melakukan penetrasi pasar dengan cara melakukan perluasan pasar, baik pasar yang mengumpulkan dana maupun pasar penyakuran dana. BSI juga mengembangkan produknya secara inovatif. Tak hanya itu, BSI juga mulai meningkatkan kualitas pelayanannya dan juga memperkuat Kerjasama dengan organisasi lain. Terakhir, BSI juga mulai menambahkan mesin ATM yang dapat diakses oleh semua bank atau yang biasa dikenal dengan ATM Bersama.

- d. Rencana dan strategi jangka pendek dan jangka panjang. BSI menetapkan beberapa strategi jangka pendek dan jangka panjang sebagai berikut, Meningkatkan produktivitas dengan memperbaiki proses bisnis, menata Kembali jaringan kantor yang berdekatan, melakukan evaluasi pada kinerja kantor yang tergolong rendah. BSI fokus terhadap penguatan pendanaan dengan cara meningkatkan *customer base*. Melakukan penetrasi pasar dengan cara melakukan perluasan pasar, baik pasar yang mengumpulkan dana maupun pasar penyakuran dana. BSI juga mengembangkan produknya secara inovatif. BSI meningkatkan penetrasi ekosistem Islam dengan cara menumbuhkan ekosistem Islam yang mencakup ZISWAF, bisnis haji dan umroh, rumah sakit serta lembaga Pendidikan dan pesantren. BSI juga meningkatkan layanan berbasis digital dengan cara digitalisasi *business process*, meningkatkan pengguna aktif mobile banking. Tak hanya itu, BSI memberikan solusi pembiayaan syariah secara merata melalui produk dan jasa dengan cara meningkatkan kepemilikan produk guna memperkuat *engagement* nasabah pada BSI melalui data *analytic*.

Profil Bank Bukopin Syariah

PT. Swansarindo Internasional, yang juga dikenal sebagai PT. Bank Persyarikatan Indonesia BPI, didirikan di Samarinda oleh Notaris Dr. Wijdojo Wilami, SH. berdasarkan Akta No. 102 tertanggal 29 Juli 1990. PT Bank Bukopin Tbk membelikannya setelah menjadi bank syariah. Pada tanggal 27 Oktober 2008, Bank Indonesia memberikan izin kepada Bank Syariah Bukopin untuk beroperasi dengan prinsip Syariah. Dia mulai beroperasi dengan nama PT. Bank Syariah Bukopin. Wakil Presiden Republik Indonesia meresmikannya pada 11 Desember 2008. PT Bank Syariah Bukopin berkomitmen untuk menjadikan dirinya sebagai bank syariah dengan pelayanan terbaik sejak didirikan sebagai bank umum. Ini dilakukan dengan meningkatkan setoran modal. Pada tanggal 10 Juli 2009, PT Bank Bukopin Tbk mengeluarkan Surat Persetujuan Bank Indonesia untuk memindahkan semua tanggung jawab bisnis syariah ke PT Bank Syariah Bukopin. PT Bank Syariah Bukopin adalah bank yang mengutamakan pembiayaan, mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan menerima bisnis di bidang perdagangan, pendidikan, kesehatan, dan konstruksi. Selain itu, PT. Bank Syariah Bukopin menerima dana dari individu dan perusahaan di Indonesia. Kantor pusat PT Bank Syariah Bukopin, tujuh cabang KC, empat cabang pembantu KCP, dan dua puluh sembilan kantor layanan syariah KLS tersebar di seluruh Indonesia. PT Bank Syariah Bukopin memiliki semua saham di tangan PT Bank Bukopin Tbk. PT Bank Syariah Bukopin selalu siap untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan infrastruktur dan sumber daya insani SDI yang profesional dan dapat diandalkan.

Visi dan Misi Bank Bukopin Syariah

Visi “Menjadi Bank Syariah Pilihan dengan Pelayanan Terbaik”

Misi:

1. “Memberikan pelayanan terbaik pada nasabah”
2. “Membentuk sumber daya insan yang professional dan amanah”
3. “Memfokuskan pengembangan usaha pada sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil & Menengah)”
4. “Meningkatkan nilai tambah kepada stakeholder”

Rencana dan Strategi Bank Bukopin Syariah

Salah satu rencana strategi Bank Bukopin Syariah adalah transformasi strategi, pengurangan biaya, manajemen risiko, dan teknologi baru. Melalui proses transformasi, akan membangun sistem keuangan yang andal yang berpusat pada pelanggan dan sistem penilaian kinerja yang berbasis prestasi. Selain itu, tujuan Bank Bukopin Syariah adalah untuk membangun ekosistem pelanggan yang luas dan kaya dengan tujuan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui penggunaan berbagai produk ritel dan layanan keuangan digital. Selain itu, Bank Bukopin Syariah akan memiliki kemampuan untuk membangun struktur keuangan yang berkelanjutan, sumber daya manusia yang kompetitif, dan budaya bisnis yang beretika. Dengan demikian, KB Bukopin akan dapat tumbuh secara berkelanjutan dengan fokus pada Good Bank dan didukung oleh peningkatan infrastruktur IT dan inovasi digital. Bank akan memaksimalkan peluang bisnis baru di bagian korporasi dengan menggunakan perusahaan besar dan jaringan bisnis Indo-Korea. Metode ini dapat digunakan untuk membangun ekosistem yang disesuaikan untuk pasokan dan rantai nilai. Dengan demikian, mereka dapat bekerja sama melalui bisnis kecil dan menengah yang menjual barang konsumen. Tujuan utama Bank Bukopin Syariah adalah memperbaiki setiap lini bisnis. Salah satunya adalah dengan mendirikan Pusat Kredit Regional (CRC) untuk meningkatkan proses kredit. Bank membuat organisasi pengelolaan aset khusus (SAM) untuk menangani masalah kredit sebelumnya. SAM fokus pada penyehatan dan penyelesaian kredit bermasalah.

Dalam hal teknologi dan keuangan berkelanjutan, Bank Bukopin Syariah juga memiliki rencana dan strategi jangka panjang dan jangka pendek. Beberapa dari rencana dan strategi tersebut adalah pengembangan sistem perbankan generasi baru (NGBS), serta transformasi outlet dan jaringan distribusi perusahaan di seluruh Indonesia. Selain itu, Bukopin Syariah Bank juga mengembangkan Aplikasi Perbankan Mobile dengan tujuan meningkatkan kemudahan pelanggan dalam melakukan transaksi dan perbankan. Bank Bukopin Syariah menerapkan strategi untuk membangun sistem keuangan yang berkelanjutan, sumber daya manusia yang berdaya saing, dan budaya bisnis yang beretika untuk mencapai keuangan yang berkelanjutan. mengawasi secara efektif risiko kredit, likuiditas, pasar, dan operasional. Yang terakhir, meningkatkan pendapatan investasi dengan mengelola portofolio investasi dengan baik untuk meningkatkan pengembalian.

Strategi berikut digunakan untuk mengembangkan bank Bukopin Syariah baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, dengan tujuan meningkatkan layanan pelanggan dengan menanggapi pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat.

Meningkatkan pangsa pasar dengan menarik pelanggan baru dan lama. Meningkatkan efektivitas operasi perbankan dengan tujuan mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan. Memperkenalkan Unit Usaha Syariah Bank Bukopin sebagai bagian dari Bank Bukopin Syariah dan memperkuat posisinya di pasar. Terakhir, membangun ekosistem pelanggan besar yang menguntungkan untuk memanfaatkan perbankan digital dan menjalin hubungan jangka panjang dengan berbagai produk ritel.

Strategi Korporasi

1. Mengembangkan bisnis syariah dengan fokus pada UMKM;
2. Memasukkan Unit Usaha Syariah Bank Bukopin ke dalam Bank Syariah Bukopin;
3. Memperkenalkan dan memperkuat posisi Bank Bukopin Syariah di pasar;
4. Memperkuat standar layanan dengan meningkatkan infrastruktur, TI, dan SDI.

Profil Bank BCA Syariah

BCA Syariah didirikan dan beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah setelah mendapatkan izin operasi syariah dari Bank Indonesia pada tanggal 2 Maret 2009 dengan Keputusan Gubernur BI No. 12/13/KEP.GBI/DpG/2010. Setelah berhasil mengakuisisi dan mengubah PT Bank Utama Internasional Bank (UIB) menjadi Bank Umum Syariah, BCA Syariah mulai beroperasi sebagai Bank Umum Syariah pada April 2010. Pada Januari 2012, BCA Syariah mulai melayani segmen UMKM. BCA Syariah meluncurkan layanan perbankan seluler bernama BCA Syariah Mobile pada Oktober 2014. Pada Maret 2015, BCA Syariah mengembangkan Sistem Inti Perbankan (Core Banking System) terbaru untuk meningkatkan layanan pelanggannya. Pada Juli 2015, BCA Syariah pertama kali ditunjuk sebagai Bank Administrator Rekening Dana Nasabah oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Pada Januari 2016, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjuk BCA Syariah sebagai Bank Administrator Rekening Dana Nasabah. Pada Januari 2017, BCA Syariah membuka Kantor Cabang (KC) Medan sebagai cabang pertamanya di Pulau Sumatera. Untuk membantu pelanggan merencanakan perjalanan Umrah dan Haji, BCA Syariah memperkenalkan Produk Pembiayaan Multijasa Umrah pada Maret 2017. Selanjutnya, pada bulan April 2017, BCA Syariah memperkenalkan Tahapan Mabrur iB sebagai fitur tabungan.

Untuk mendukung Gerakan Nasional Non Tunai, BCA Syariah meluncurkan Kartu FLAZZ BCA Syariah dan membuka Kantor Cabang Pembantu (KCP) Palembang sebagai cabang pertamanya di Sumatera Selatan. Tujuan BCA Syariah adalah untuk meningkatkan keamanan dan kemudahan bertransaksi bagi nasabahnya dengan meluncurkan layanan internet banking yang disebut Klik BCA Syariah pada Oktober 2017. BCA Syariah meluaskan jaringannya dengan membuka Kantor Cabang Pembantu (KCP) Malang pada November 2017. Pada Februari 2018, BCA Syariah ditunjuk sebagai salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH) untuk periode April 2018 hingga Maret 2021. BCA Syariah memperluas layanannya ke Kota Bandar Lampung di Pulau Sumatera pada April 2019. Berkat kerja sama antara BCA Syariah dan BCA, Kantor Cabang (KC) Banda Aceh resmi beroperasi sebagai cabang pertamanya di Kota Banda Aceh pada Juni 2019. Calon jemaah sekarang dapat menyertakan biaya ibadah haji mereka melalui BCA. Pada bulan Juli 2020, Kantor Cabang

Pembantu (KCP) Panakkukang menjadi cabang pertama BCA Syariah di Pulau Sulawesi. Dalam upaya untuk berkembang lebih jauh, BCA Syariah menggabungkan perusahaan dengan Bank Interim Indonesia pada Desember 2020. Pada Mei 2021, BCA Syariah mulai beroperasi secara penuh di Aceh dengan membuka dua cabang baru di Lhokseumawe dan Bireuen. Pada bulan Mei 2021, 100 Layanan Syariah Bank Umum BCA Syariah mulai beroperasi di 100 cabang BCA di DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.

Visi dan Misi Bank BCA Syariah

Visi “Menjadi Bank Syariah Andalan dan Pilihan Masyarakat”.

Misi:

1. “Mengembangkan SDM dan infrastruktur yang handal sebagai penyedia jasa keuangan syariah dalam rangka memahami kebutuhan dan memberikan layanan yang lebih baik bagi nasabah”.
2. “Membangun institusi keuangan syariah yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran, penghimpunan dana dan pembiayaan bagi nasabah bisnis dan perseorangan”.

Rencana dan Strategi Bank BCA Syariah

1. Untuk mengurangi biaya dana, langkah yang diambil adalah meningkatkan proporsi dana murah atau CASA.
2. BCA Syariah berencana memfokuskan diri pada segmen UMKM yang mendapat dukungan dari nasabah di segmen korporasi. Misalnya, dengan memberikan pendanaan kepada UMKM yang terhubung dengan nasabah korporasi yang telah memiliki reputasi baik di BCA maupun di BCA Syariah.
3. Salah satu inovasi yang akan diterapkan oleh BCA Syariah untuk meningkatkan proporsi dana murah adalah dengan memungkinkan pembukaan rekening secara online.
4. Strategi pembiayaan BCA Syariah tahun depan sebagai anak perusahaan adalah dengan fokus berkolaborasi dengan perusahaan induk, yaitu PT BCA Tbk. Pranata menjelaskan bahwa saat ini aset BCA Syariah mencapai Rp 10,4 triliun atau satu persen dari aset BCA yang mencapai Rp 1.000 triliun.
5. Mereka berencana untuk menyalurkan pembiayaan bersama dengan perusahaan induk, seperti ke segmen infrastruktur, contohnya dengan PLN.
6. Skema ini terutama ditujukan bagi UMKM. BCA Syariah akan memilih debitur besar di BCA dan kemudian mengaitkannya dengan koperasi atau unit pendukung dari debitur besar tersebut, sehingga skema pembiayaan ini akan lebih hati-hati karena sudah ada pemahaman yang baik tentang inti dari bisnis debitur tersebut.
7. Mengalirkan Pendanaan Bersama dengan Perusahaan Induk, Contohnya ke Segmen Infrastruktur seperti PLN.
8. BCA Syariah memperkenalkan berbagai promosi produk keuangan konsumen BCA Syariah KPR iB, KKB iB dan Emas iB.
9. Alokasi keuangan yang bijaksana dan terukur.

10. Percepatan Layanan Elektronik/Digital.
11. Peningkatan Operational Excellence.
12. Mendapatkan (calon) nasabah keuangan dalam kegiatan bisnis berkelanjutan.
13. Berinvestasi pada SUKUK ramah lingkungan.
14. Membuat program produk pembiayaan konsumen berkelanjutan.
15. Pendanaan Online: Salah satu inovasi yang akan diterapkan adalah kemampuan pembukaan rekening secara online. Rencana jangka pendek dalam hal ini dapat mencakup pengembangan platform dan teknologi yang memungkinkan pembukaan rekening online, serta peluncuran kampanye pemasaran untuk meningkatkan kesadaran akan opsi ini di kalangan pelanggan.
16. Penerapan GCG
17. Penerapan remunisi
18. Penerapan ESG

Perbandingan Rencana dan Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Bukopin Syariah dan Bank BCA Syariah

Tabel 1. Tabel Perbandingan Rencana dan Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Bukopin Syariah dan bank BCA Syariah

Aspek	Bank Syariah Indonesia (BSI)	Bank Bukopin Syariah	Bank BCA Syariah
Bisnis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan pembiayaan dana pihak ketiga (DPK) dalam kondisi yang baik. 2. BSI juga mulai menjalin Kerjasama dengan bisnis retail. 3. BSI mengerjakan <i>value chain</i> dari segmen <i>wholesale</i> guna mewujudkan operasi bisnis terintegrasi secara optimal yang sesuai dengan prinsip syariah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan bisnis syariah yang terfokus pada UMKM. 2. Mendorong pertumbuhan pendanaan atau pembiayaan agar dalam kondisi yang sehat. 3. Memperbanyak akses dan layanan keuangan syariah . 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akan mengalirkan Pendanaan Bersama dengan Perusahaan Induk, Contohnya ke Segmen Infrastruktur seperti PLN. 2. Pada BCA EXPO 2023, BCA Syariah memperkenalkan berbagai promosi produk keuangan konsumen BCA Syariah KPR iB,

			<p>KKB iB dan Emas iB.</p> <p>3. Alokasi keuangan yang bijaksana dan terukur .</p>
Teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan bisnis digital dengan menyediakan mobile banking. 2. BSI menyediakan pelunasan haji dan umroh melalui mobile. 3. Menyediakan fitur tabung emas, gadai emas dan transaksi ziswaf melalui mobile. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat standar layanan dengan meningkatkan infrastruktur, TI, dan SDI. 2. Pengembangan teknologi informasi, yaitu New Generation Banking System (NGBS) serta transformasi outlet dan jaringan distribusi Perseroan di seluruh Indonesia. 3. Pengembangan Aplikasi Perbankan Mobile bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam mengakses layanan perbankan dan melakukan transaksi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. BCA Syariah teerapkan Inovasi untuk peingkatan CASA Melalui Pembukaan Rekening Secara Online. 2. Percepatan Layanan Elektronik/Digital 3. Peningkatan Operational Excellence
Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. BSI lebih terfokus pada pilar utama BSI (<i>business refocusing, fixing the fundamental, dan strengthen enablers</i>). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu membangun struktur keuangan yang berkelanjutan, sumber daya manusia yang berdaya saing, dan budaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatkan (calon) nasabah keuangan dalam kegiatan bisnis berkelanjutan 2. Berinvestasi pada SUKUK ramah lingkungan.

Keberlanjutan	<ol style="list-style-type: none"> 2. BSI memberikan pendanaan kepada sektor usaha yang ramah lingkungan seperti industri sawit yang terverifikasi ISPO/RSPO. 3. Menerapkan <i>eco lifestyle</i> serta tanggung jawab social dan lingkungan (TJSL). 	<ol style="list-style-type: none"> perusahaan yang beretika. 2. Mengelola risiko kredit, likuiditas, pasar, dan operasional dengan baik. 3. Meningkatkan Pendapatan dari Investasi melalui manajemen portofolio investasi yang efektif untuk meningkatkan pengembalian. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Membuat program program produk pembiayaan konsumen berkelanjutan
Jangka Pendek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produktivitas dengan memperbaiki proses bisnis, menata Kembali jaringan kantor yang berdekatan, melakukan evaluasi pada kinerja kantor yang tergolong rendah. 2. BSI fokus terhadap penguatan pendanaan dengan cara meningkatkan <i>customer base</i>. 3. Melakukan penetrasi pasar dengan cara melakukan perluasan pasar, baik pasar yang mengumpulkan dana maupun pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan layanan pelanggan dengan menjawab pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat. 2. Meningkatkan pangsa pasar dengan menarik pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. 3. Meningkatkan efisiensi dalam operasional perbankan untuk mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan proporsi dana murah (CASA): BCA Syariah berencana meningkatkan proporsi dana murah atau giro dan tabungan (CASA). 2. Fokus pada Segmen UMKM: BCA Syariah berencana fokus pada segmen UMKM yang mendapat dukungan dari nasabah segmen korporasi. 3. Pendanaan Online: Salah satu inovasi yang akan diterapkan adalah

	<p>penyakuran dana. BSI juga mengembangkan produknya secara inovatif</p>		<p>kemampuan pembukaan rekening secara online. Rencana jangka pendek dalam hal ini dapat mencakup pengembangan platform dan teknologi yang memungkinkan pembukaan rekening online, serta peluncuran kampanye pemasaran untuk meningkatkan kesadaran akan opsi ini di kalangan pelanggan.</p>
<p>Jangka Panjang</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. BSI meningkatkan penetrasi ekosistem Islam dengan cara menumbuhkan ekosistem Islam yang mencakup ZISWAF, bisnis haji dan umroh, rumah sakit serta Lembaga Pendidikan dan pesantren. 2. Meningkatkan layanan berbasis digital dengan cara digitalisasi <i>business process</i>, peningkatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkenalkan Unit Usaha Syariah Bank Bukopin sebagai bagian dari Bank Syariah Bukopin 2. Memperkenalkan dan memperkuat posisi di pasar Bank Bukopin Syariah 3. Membangun ekosistem pelanggan besar yang menguntungkan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan berbagai produk ritel dan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penerapan GCG 2. Penerapan remunisi 3. Penerapan ESG

	<p>pengguna aktif mobile banking.</p> <p>3. Memberikan solusi pembiayaan syariah secara merata melalui produk dan jasa dengan cara meningkatkan kepemilikan produk guna memperkuat <i>engagement</i> nasabah pada BSI melalui data analytic.</p>	memanfaatkan perbankan digital.	
--	--	---------------------------------	--

Sumber: Data yang diolah oleh Penulis

Kesimpulan dan Saran

Dari hasil analisis perbandingan perencanaan strategis antara Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Bukopin Syariah, dan Bank BCA Syariah menunjukkan bahwa ketiga bank tersebut memiliki perencanaan startegis yang berbeda-beda pada setiap aspeknya, namun memiliki tujuan yang sama yaitu memperluas pangsa pasar dan meningkatkan eksistensi dari masing-masing bank tersebut. Dengan adanya rencana startegis yang memiliki keunggulan kompetitif pada tiap-tiap bank, tentu akan membuat ketiga bank tersebut bertahan dalam menghadapi lingkungan bisnis yang tak menentu. Perencanaan strategis pada Perusahaan atau organisasi mencerminkan adaptasi terhadap perkembangan pasar dan regulasi yang dinamis serta upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang berbeda. Analisis perbandingan rencana dan strategi yang Penulis gunakan yaitu dengan cara memperhatikan beberapa aspek utama yang sering menjadi pertimbangan bagi para investor atau calon nasabah dalam industri perbankan saat ini. Adapun aspek-aspek yang Penulis analisis adalah aspek yang terkait dengan bisnis, teknologi, keuangan keberlanjutan, perkembangan bank jangka pendek dan jangka Panjang. Dengan adanya analisis perbandingan diatas, diharapkan dapat menjadikan motivasi bagi bank-bank lain baik konvensional maupun syariah untuk lebih memperhatikan strategi yang akan digunakan.

Artikel ini masih memiliki banyak kekurangan yang harus dilengkapi oleh peneliti selanjutnya. Penulis menyarankan untuk menambahkan metode pengumpulan data seperti wawancara atau observasi. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat memasukkan data terkait jumlah rencana kerja yang telah terlaksana, belum terlaksana dan tidak terlaksana guna menambah keakuratan hasil penelitian.

Daftar Pustaka

- Ana, D. E., & Zunaidi, A. (n.d.). *Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Fauziah, N. W., & Segaf, S. (2022). Seberapa Pengaruh Penetapan Nisbah Bagi Hasil, Inflasi, Dan Jumlah Uang Beredar Terhadap Deposito Mudharabah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 435–447.
- Firmansyah, F., & Widiati, P. K. (2016). Maksimalisasi Nilai Perbankan Syariah Melalui Teknologi Pelayanan Nasabah Terkinl. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 20(2), 274–281. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i2.355>
- Jaya, T. J. (2020). Branding Perbankan Syariah Melalui Produk-Produk Pendanaan. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.133>
- Rahma Putri, D. A., & Rachmawati, L. (2022). Analisis Tingkat Pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p1-12>
- Salis, N., & Solekah, N. A. (2019). Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat bawean dalam memilih Bank Syariah. *El Dinar*, 7(2), 142. <https://doi.org/10.18860/ed.v7i2.6570>
- Sri Anugerah Natalina & Arif Zunaidi. (2021). Manajemen Strategik dalam Perbankan Syariah. *Wadiah*, 5(1), 86–117. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i1.3178>
- Suhendro, D. (2018). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah VS Bank Umum Konvensional Di Indonesia Dengan Menggunakan Rasio Keuangan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1549>
- Sumihardjo, T. (2008). *Daya Saing Berbasis Potensi Daerah*. Bandung: Fokusmedia
- Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah