

Perbandingan rencana strategi pada BSI, Bank Muamalat, dan BTN Syariah dengan analisis SWOT

Siti Fatimah Hestiyanti^{1*}, Nadia Ariba², Ken Catri Amira Jasmine³

^{1,2,3} Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: *210503110107@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

bank syariah; visi, misi; rencana strategi; kelebihan; kelemahan

Keywords:

sharia bank; vision; mission; strategic plan; strengths; weaknesses

ABSTRAK

Bank Syariah merupakan bank yang melakukan kegiatan usaha nya dengan dasar prinsip-prinsip syariah. prinsip syariah merupakan prinsip hukum yang di atur di agama islam. keberadaan bank syariah di indonesia semakin berkembang sejak pertama kali di perkenalkan di Indonesia tahun 1992. Bank Muamalat merupakan titik awal dari berjalan nya sistem perbankan syariah di Indonesia dari situ lah berdirinya bank syariah lainnya seperti Bank mandiri Syariah, BRI Syariah, BNI Syariah yang telah merger menjadi BSI (Bank Syariah Indonesia) dan BTN Syariah. Setiap Bank Syariah memiliki visi, misi serta tujuan masing-masing dengan. untuk mencapai visi dan misi yang telah

ditetapkan, diperlukan rencana strategi. seiring berkembang nya Bank Syariah menimbulkan persaingan antar bank-bank tersebut. penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui perbandingan rencana strategi antara Bank Muamalat, BSI dan BTN Syariah. dari perbandingan ini dapat di ketahui rencana strategi mana yang lebih unggul serta mengetahui kelebihan dan kelemahan masing-masing.

ABSTRACT

Sharia Bank is a bank that carries out its business activities based on sharia principles. Sharia principles are legal principles regulated in the Islamic religion. The existence of sharia banks in Indonesia has grown since they were first introduced in Indonesia in 1992. Bank Muamalat was the starting point for the sharia banking system in Indonesia, from there the establishment of other sharia banks such as Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, BNI Syariah which have merged into BSI (Bank Syariah Indonesia) and BTN Syariah. Each Sharia Bank has its own vision, mission and goals. To achieve the vision and mission that have been set, a strategic plan is needed. As the development of Sharia Banking creates competition between these banks. This research uses SWOT analysis to find out the comparison of strategic plans between Bank Muamalat, BSI and BTN Syariah. From this comparison, you can find out which strategic plan is superior and know the strengths and weaknesses of each.

Pendahuluan

Bank Syariah merupakan bank yang dalam kegiatan usahanya menggunakan dan ber berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah sendiri adalah prinsip hukum yang telah diatur agama Islam dalam kegiatan perbankan seperti tidak adanya riba, tidak adanya maisir (perjudian), tidak adanya gharar (ketidak jelasan), tidak adanya transaksi haram didalamnya. Selain itu, bank syariah merupakan bank yang dalam kegiatannya menggunakan sistem bagi hasil diantara nasabah penabung, nasabah peminjam dan pihak bank dalam perhitungan suatu biaya maupun pendapatannya



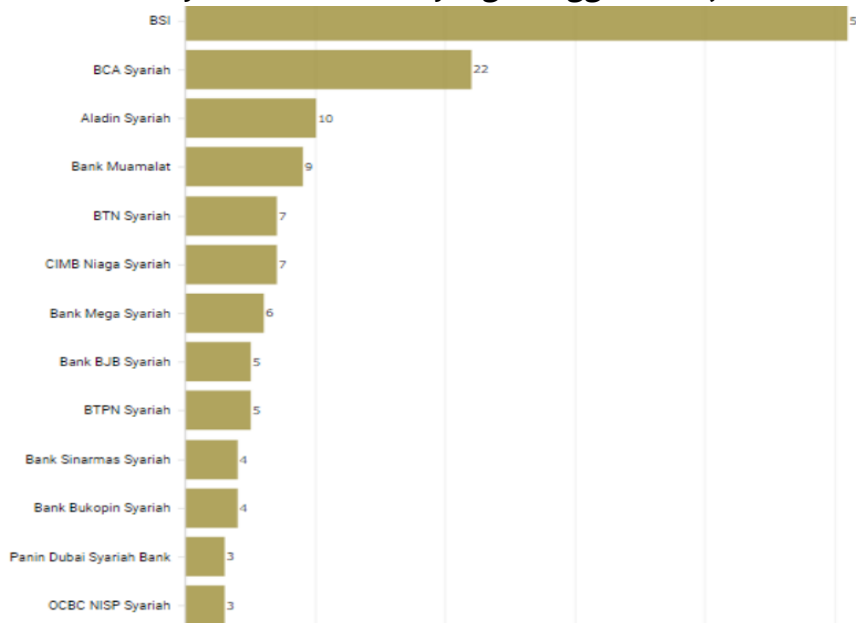
This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

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

(Fauziah & Segaf, 2022). Keuntungan maupun kerugian suatu transaksi usaha pada perbankan tersebut akan dibagi dengan adil sesuai kontribusi dan kesepakatan Bersama (Pratama & Segaf, 2022; Syadali et al., 2023).

Keberadaan Bank-Bank Syariah di Indonesia saat ini sudah semakin tumbuh dari sejak pertama kalinya bank syariah diperkenalkan di Indonesia. Sejak pertama kalinya bank syariah itu sendiri diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1992, Bank Muamalat Indonesia merupakan tanda yang menjadikannya sebagai bank syariah pertama yang ada di Indonesia. Bank syariah telah mengalami pertumbuhan yang pesat hingga saat ini. Dengan dibuktikannya saat ini, Indonesia memiliki beberapa jumlah bank syariah besar yang beroperasi di Indonesia, seperti, Bank Muamalat Indonesia, BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah yang saat ini ketiga bank tersebut menjadi satu merger yang menghasilkan BSI, BTN Syariah, dll.

Gambar1.1: Grafik masyarakat Indonesia yang menggunakan jasa Bank Syariah



Sumber: Populix (perusahaan penyedia layanan survei, 2023)

Survei tersebut dilakukan melalui aplikasi Populix pada bulan Maret 2023 terhadap 1.014 responden di seluruh Indonesia. Selain itu, data yang telah ditunjukkan pada gambar diatas menyatakan bahwa bank syariah yang dominan dipakai oleh responden sebesar 51% merupakan BSI. Kemudian disusul oleh BCA Syariah di urutan kedua dengan persentase sebesar 22%. bank Aladin Syariah sebesar 10% yang membuatnya di urutan ketiga, Bank Muamalat di urutan keempat dengan hasil 9% responden. Serta, BTN Syariah dan CIMB Niaga Syariah memiliki hasil persentase responden yang sama yaitu 7%.

Setiap bank syariah di Indonesia memiliki visi misi, dan tujuan masing-masing agar banyak nasabah yang menggunakan jasa bank syariah. Didalam visi misi yang ingin dicapai, juga memerlukan adanya rencana strategi agar dapat memudahkan jalan mencapai visi misi yang diinginkan. Selain itu, dengan meningkatnya pertumbuhan bank syariah di Indonesia, juga dapat meningkatkan jumlah nasabah dan pertumbuhan

perekonomian Indonesia. Hal tersebut dapat menjadikan bank syariah menjadi saling bersaing dengan bank syariah yang lain untuk menjadi yang terdepan. Termasuk pada BSI yang merupakan bank syariah yang saat ini paling banyak digunakan oleh masyarakat. Bank Muamalat yang merupakan bank syariah pertama yang ada di Indonesia, dan juga termasuk bank BTN Syariah. Maka dari itu, rencana strategi diperlukan untuk menentukan langkah yang tepat dalam pengambilan suatu kebijakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan rencana strategi diantara ketiga bank yaitu BSI, Bank Muamalat, Bank BTN Syariah dengan melalui analisis SWOT untuk mengetahui rencana strategi manakah yang terbaik diantara ketiga rencana strategi bank syariah. Alasan digunakannya analisis SWOT untuk mengetahui rencana strategi manakah yang berpeluang, yang menantang, yang unggul, dan yang lemah diantara ketiga bank tersebut.

Pembahasan

Rencana Strategi Bank Muamalat

- a. Promo Program DEAL 1st Transaction & Cashback Biaya Administrasi Online Transfer dan Program DEAL Cashback 10k Untuk 1st Transaction MQRIS.
- b. Virtual Account Intensity Program (VIP).
- c. Informasi Perubahan Tarif Layanan Muamalat Virtual Account.
- d. Bank Muamalat Dorong Pertumbuhan Pembiayaan Properti.
- e. Meningkatkan Portofolio KPR.
- f. Galang Kampanye #HajiAnakHebat, Bank Muamalat Dorong Pembukaan Tabungan Haji Sejak Dini.
- g. Bank Muamalat Pacu Pertumbuhan Jumlah Pengguna Baru Muamalat.

Analisis SWOT Bank Muamalat

Srenght (Kekuatan)

- a. Prinsip Syariah: Salah satu kelebihan utama Bank Muamalat adalah bahwa mereka beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Ini menarik bagi nasabah yang ingin terlibat dalam bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip agama mereka.
- b. Produk dan Layanan Syariah: Bank Muamalat menawarkan berbagai produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan syariah, seperti pembiayaan syariah, tabungan syariah, dan rekening giro syariah.
- c. Kemampuan Pembiayaan: Bank Muamalat memberikan pembiayaan dengan berbagai jenis akad syariah, termasuk murabahah, musyarakah, dan mudharabah. Ini memberi nasabah beragam pilihan untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka.
- d. Pendidikan Keuangan Syariah: Bank Muamalat biasanya memberikan informasi dan edukasi tentang prinsip-prinsip keuangan syariah kepada nasabahnya, membantu mereka memahami cara bertransaksi dan berinvestasi sesuai dengan prinsip syariah.

- e. Pilihan Investasi: Bank Muamalat dapat menawarkan produk investasi syariah yang dapat menguntungkan bagi nasabah yang ingin berinvestasi dengan berpegang pada prinsip syariah.

Weaknesses (Kelemahan)

- a. Terbatasnya Jaringan ATM dan Cabang: Bank Muamalat mungkin memiliki jaringan cabang dan ATM yang lebih terbatas dibandingkan dengan bank konvensional besar, yang bisa menjadi kendala untuk nasabah yang membutuhkan akses yang lebih luas.
- b. Biaya yang Mungkin Lebih Tinggi: Produk dan layanan syariah cenderung memiliki biaya yang lebih tinggi daripada produk dan layanan konvensional. Ini bisa menjadi kekurangan bagi nasabah yang mencari biaya yang lebih rendah.
- c. Ketidakpastian Ekonomi: Seperti bank lainnya, Bank Muamalat juga rentan terhadap fluktuasi ekonomi dan risiko kredit. Ketidakpastian ekonomi dapat berdampak negatif pada kinerja keuangan bank.
- d. Keterbatasan Produk: Beberapa produk atau layanan keuangan mungkin tidak tersedia dalam bentuk syariah atau dalam format yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- e. Pemahaman yang Tidak Memadai: Bagi nasabah yang tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang prinsip-prinsip keuangan syariah, bertransaksi dengan Bank Muamalat bisa menjadi sulit.
- f. Penting untuk diingat bahwa kelebihan dan kekurangan ini bisa bervariasi tergantung pada kebutuhan dan preferensi individu. Keputusan untuk menggunakan atau berinvestasi dengan Bank Muamalat harus didasarkan pada pemahaman yang jelas tentang prinsip syariah dan tujuan keuangan pribadi.

Opportunities (Peluang)

Lebih dari 20 tahun bank muamalat selalu membranding perusahaan nya untuk mewujudkan bank Indonesia yang berbasis Syariah modern dan profesional .sebuah Lembaga perbankan akan di anggap berhasil dalam membangun citra banlnya apabila berhasil untuk mencipatakn suatu inovasi terbaru untuk menarik minat nasabah .tentunya nasabah memiliki gambaran baru tentang apa yang akan di alami dan rasakan berdasakan pengalaman pengalaman transaksi atau informasi sebelumnya menurut nasabah dari bank bank pesaing.

Namun di era digitalisasi ini tentunya nasabah akan mendapatkan informasi dari iklan di media social atau berita di televisi .dengan demikian , dapat disimpulkan bahwa memiliki inovasi baru dapat mempengaruhi nasabah karna jiks nasabah merasa puas maka nasabah juga akan bertambah dengan sendiri nya

Terutama Kualitas produk tentunya Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan jika produk baru yang mereka gunakan itu berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

Selain produk bank muamalat tentunya menyelenggarakan event dan voucher promo bagi nasabah nya , hal tersebut juga berpeluang membuat para calon nasabah. Tergiur dan tertarik untuk bergabung dan membuka rekening di bank muamalat .

Threats (Ancaman)

- a. Persaingan: Bank Muamalat bersaing dengan bank-bank konvensional dan bank syariah lainnya dalam mendapatkan nasabah. Persaingan yang ketat dapat mempengaruhi margin keuntungan dan mendorong bank untuk terus meningkatkan layanan dan produk mereka.
- b. Kepatuhan Syariah: Bank Muamalat harus memastikan bahwa semua operasinya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini mencakup pengawasan ketat atas pembiayaan, investasi, dan operasi perbankan agar sesuai dengan hukum Islam.
- c. Pasar dan Ekonomi: Fluktuasi pasar dan perubahan kondisi ekonomi dapat mempengaruhi kinerja bank, terutama ketika ada penurunan pertumbuhan ekonomi atau ketidakstabilan pasar.
- d. Perubahan Regulasi: Perubahan dalam regulasi perbankan, baik yang terkait dengan aspek syariah maupun perbankan konvensional, dapat memengaruhi operasi Bank Muamalat dan menimbulkan biaya tambahan untuk mematuhi peraturan baru.
- e. Teknologi dan Inovasi: Perkembangan teknologi perbankan dan perubahan dalam preferensi nasabah mengharuskan bank untuk berinvestasi dalam teknologi dan inovasi untuk tetap bersaing dan memberikan layanan yang memadai.
- f. Risiko Kredit: Bank Muamalat seperti bank-bank lainnya dapat menghadapi risiko kredit jika peminjam gagal membayar pinjaman. Ini bisa memengaruhi kualitas aset dan profitabilitas bank.
- g. Manajemen Risiko: Manajemen risiko adalah aspek kunci dari operasi bank. Tantangan dalam mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko dengan efektif dapat memiliki dampak signifikan pada keberlanjutan bank.
- h. Ketergantungan pada Dana Pihak Ketiga: Bank Muamalat mungkin bergantung pada sumber dana pihak ketiga, seperti tabungan atau deposito. Ketidakpastian dalam pergerakan dana ini dapat menjadi tantangan.

Rencana Strategi pada Bank Syariah Indonesia

Penguatan Wholesale & Transactional Banking

BSI akan menggarap segmen wholesale dengan fokus meningkatkan customer base dan deepening relationship dengan nasabah melalui pengembangan kapabilitas transactional banking, organisasi dan human capital, serta penawaran produk dan layanan syariah yang komprehensif.

Penguatan Retail Banking

Sejalan dengan fokus pemerintah dalam menggerakkan ekonomi melalui UMKM, BSI akan terus melakukan penguatan retail banking di antaranya melalui pengembangan kerja sama bisnis, penajaman business model, digitalisasi, dan perbaikan business process.

Akselerasi Kapabilitas Digital

BSI akan melakukan akselerasi peningkatan mobile capability (API, Product Segment), memperkuat analisis data, meningkatkan stabilitas sistem, dan fokus pada peningkatan pengalaman pengguna (user experience).

Menggarap Potensi Islamic Ecosystem

BSI memiliki fokus untuk mempercepat pertumbuhan ZISWAF nasional serta mengembangkan industri halal di Indonesia seperti masjid, rumah sakit, pesantren dan pendidikan Islam, dan bisnis haji dan umrah melalui pengembangan platform & solution yang inovatif serta acquisition dan implementator yang efektif.

Penataan Jaringan Kantor

BSI akan fokus melakukan penataan jaringan kantor dengan melakukan relokasi/penutupan outlet yang berdekatan dan peningkatan contribution margin outlet yang kecil/tidak profitable, dan melakukan shifting transaksi cabang ke arah digital.

Melakukan Inorganic Growth

BSI akan memperkuat permodalan dalam rangka ekspansi bisnis dan meningkatkan porsi kepemilikan publik sesuai dengan regulasi dengan melakukan right issue. BSI juga akan menggali peluang-peluang untuk tumbuh secara anorganik.

Analisis SWOT Bank Syariah Indonesia**Strenghts (kekuatan)**

- a. Fokus yang kuat pada pengembangan kemampuan perbankan yang transaksional dan menawarkan produk dan layanan komprehensif sesuai syariah, yang dapat membantu menarik dan mempertahankan nasabah terutama nasabah muslim untuk menghindarkan transaksi adanya riba.
- b. Penekanan pada penguatan perbankan ritel sejalan dengan fokus pemerintah dalam mendukung usaha kecil dan menengah (UMKM).
- c. Akselerasi kemampuan digitalnya, yang dapat membantu meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan efisiensi
- d. Fokus pada pengembangan ekosistem syariah, yang dapat membantu BSI memanfaatkan meningkatnya permintaan akan produk dan layanan syariah di Indonesia.

Weakness (Kelemahan)

- a. Ketergantungan atau bergantung pada cabang-cabang tertentu, yang mungkin dapat membatasi kemampuan BSI untuk menjangkau nasabah di daerah terpencil dan meningkatkan pangsa pasarnya.
- b. Ketergantungan atau bergantung pada pertumbuhan organik yang dimana hal tersebut dapat membatasi kemampuan BSI untuk mengembangkan bisnisnya dan juga bersaing dengan bank besar lainnya.

Opportunities (Peluang)

- a. Meningkatnya permintaan terhadap layanan, produk, dan bisnis yang berbasis syariah di Indonesia, hal tersebut dapat membantu BSI meningkatkan nasabah dan pangsa pasar mereka.
- b. Meningkatnya penggunaan layanan perbankan secara digital di Indonesia yang dapat membantu BSI menjangkau lebih banyak nasabah.
- c. Potensinya pertumbuhan anorganik dengan melalui akuisisi atau bisa juga dengan kemitraan.

Threats (Ancaman)

- a. Terjadinya persaingan yang ketat dari bank-bank syariah lainnya dan ditambah dengan adanya bank konvensional, yang dapat membatasi kemampuan BSI untuk menarik dan mempertahankan nasabah.
- b. Teknologi dan preferensi nasabah yang berkembang dan berubah dengan cepat, mungkin mengharuskan BSI untuk berinvestasi besar-besaran pada kemampuan dan inovasi digital agar tetap kompetitif.

Rencana Strategi pada BTN Syariah**Promosi Melalui Sosial Media**

Bank BTN Syariah melakukan promosi melalui sosial media, yaitu melalui cara membagikan status atau cerita yang berhubungan dengan produk Bank BTN Syariah di Website. Karena setiap marketing selalu memasarkan produk melalui sosial media, sehingga nasabah yang ingin mengetahui informasi mengenai produk pembiayaan dapat secara langsung pada marketing.

Promosi Melalui Pendekatan pada Nasabah

Bank BTN Syariah melakukan promosi melalui pendekatan yang dilakukan para marketing kepada nasabah lama maupun nasabah baru. Pendekatan yang dilakukan dengan cara menggali informasi mengenai kebutuhan nasabah lebih dalam lagi. Marketing akan menanyakan mengenai produk yang belum dimiliki oleh nasabah. Biasanya nasabah lama hanya mengetahui jenis pembiayaan untuk modal usaha dan belum mengetahui pembiayaan murabahah. Jika ada nasabah baru, biasanya marketing akan mendekati calon nasabah baru melalui tetangganya yang sudah memiliki pembiayaan di Bank BTN Syariah terlebih dahulu. Marketing mendatangi nasabah yang menjadi tetangga calon nasabah dan akan mencoba lebih dekat dengan calon nasabah secara terus-menerus. Jika sudah lebih dekat marketing akan menggali informasi mengenai kebutuhan nasabah tersebut.

Promosi Melalui Pelayanan yang baik

Bank BTN Syariah melakukan strategi promosi melalui pelayanan yang dilakukan baik oleh kolektor, dan marketing,. Biasanya dalam pelayanan pihak Bank BTN Syariah akan mempercepat proses pengajuan pembiayaan, namun jika syarat-syarat yang harus dipenuhi sudah lengkap. Cara jemput bola, yaitu pihak Bank BTN Syariah dalam

melakukan penarikan angsuran akan mengambil melalui auto debit rekening nasabah tersebut.

Relationship

Bank BTN Syariah melakukan strategi dengan cara menjaga hubungan yang baik antara pihak Bank BTN Syariah dengan nasabahnya. Pertama kolektor atau marketing akan menggali informasi pada nasabah lama, jika ada keluarga nasabah yang membutuhkan pembiayaan.

Promosi Melalui Personal Selling

Bank BTN Syariah melakukan strategi promosi dengan cara mendatangi ataupun menelpon sebuah toko kemudian seorang marketing atau kolektor akan menginformasikan mengenai pembiayaan murabahah pada pemilik toko tersebut. Jika toko tersebut belum memiliki barang untuk keperluan usahanya, maka toko tersebut dapat mengajukan pembiayaan murabahah di Bank BTN Syariah.

Analisis SWOT BTN Syariah

Strengths (Kekuatan)

- a. Dana dikelola berdasarkan prinsip Syariah.
- b. Dana dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).
- c. Pelayanan yang baik, cepat dan ramah.
- d. Prinsip bagi hasil yang kompetitif.
- e. Fasilitas electronic banking cukup lengkap .

Weakness (Kelemahan)

- a. Kurangnya kegiatan promosi.
- b. Komunikasi mengenai informasi produk BTN Syariah yang tidak lengkap kepada konsumen.
- c. Pembatasan terhadap beberapa kali akses Kartu Debit untuk pemakaian di ATM (6-8 kali sehari).

Opportunities (Peluang)

- a. Memiliki potensi pasar yang baik, khususnya FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan).
- b. Pertumbuhan nasabah yang cukup tinggi khususnya umat Islam.
- c. Kerja sama yang baik dengan pengembangan-pengembangan perumahan .

Threats (Ancaman)

- a. Menjamurnya pesaing-pesaing dengan produk Islam Banking oleh bank lainnya.
- b. Kurangnya pemahaman masyarakat perbedaan Bank Konvensional dengan Bank Syariah.
- c. Produk Bank Konvensional dianggap lebih menguntungkan dari pada Bank Syariah.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pembahasan diatas, analisis SWOT pada Bank Muamalat membahas kekuatan beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam dan menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan syariah. Analisa pada Bank Muamalat juga menyebutkan bahwa terbatasnya jaringan cabang dan ATM sebagai kelemahannya. Peluang yang dibahas mencakup potensi pertumbuhan pasar syariah dan perlunya inovasi untuk menarik pelanggan. Ancaman yang dimaksud antara lain persaingan dengan bank lain, ketidakpastian perekonomian, dan perubahan peraturan. Rencana yang dibahas meliputi program promosi, program intensitas virtual account, dan kampanye untuk mendorong investasi properti dan tabungan haji.

Serta, berdasarkan pembahasan yang diberikan, analisis SWOT Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan bahwa bank tersebut memiliki beberapa kekuatan, antara lain fokus yang kuat pada perbankan transaksional, perbankan ritel, dan kapabilitas digital, serta fokus pada pengembangan ekosistem syariah. Namun bank ini juga memiliki kelemahan, seperti ketergantungan pada cabang tertentu, terbatasnya pertumbuhan organik, dan kurangnya pemahaman sebagian nasabah tentang perbedaan perbankan konvensional dan syariah. Peluang bagi BSI antara lain meningkatnya permintaan terhadap produk dan layanan syariah, meningkatnya penggunaan perbankan digital, dan potensi pertumbuhan anorganik. Ancaman tersebut antara lain persaingan dari bank syariah dan konvensional lainnya, perubahan teknologi dan preferensi nasabah, serta ketidakpastian ekonomi.

Sedangkan untuk analisis SWOT BTN Syariah menunjukkan bahwa bank tersebut memiliki kekuatan seperti pengelolaan dana berdasarkan prinsip syariah, pelayanan nasabah yang baik, dan prinsip bagi hasil yang kompetitif. Namun bank juga memiliki kelemahan seperti terbatasnya kegiatan promosi, komunikasi yang tidak lengkap mengenai produknya, dan pembatasan penggunaan kartu debit. Peluang yang dimiliki BTN Syariah diantaranya adalah potensi pasar yang baik khususnya FLPP, pertumbuhan nasabah muslim yang tinggi, dan kerjasama yang baik dalam pengembangan perumahan. Ancaman tersebut antara lain persaingan dengan bank syariah lain, kurangnya pemahaman sebagian nasabah tentang perbedaan perbankan konvensional dan syariah, serta persepsi bahwa bank konvensional lebih menguntungkan.

Kesimpulannya, baik Bank Muamalat, BSI maupun BTN Syariah mempunyai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman masing-masing. Agar tetap kompetitif, mereka perlu fokus pada kekuatan mereka, mengatasi kelemahan mereka, memanfaatkan peluang, dan memitigasi ancaman. Mereka juga perlu terus meningkatkan produk dan layanannya, meningkatkan kemampuan digitalnya, dan mengedukasi nasabahnya tentang manfaat perbankan syariah. Serta mereka dapat memfokuskan rencana strategi masing-masing agar visi, misi yang ingin dicapai masing-masing bank dapat terpenuhi.

Daftar Pustaka

Abbas, A. I., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Strategi pemasaran produk

- tabungan ib hijrah rencana pada bank Muamamalat Cabang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 8(1). 55. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23500.55-60>.
- Ananto, Ilham.(2019). Analisis SWOT Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah). (https://id.scribd.com/embeds/432008305/content?start_page=1&view_mode=scroll&access_key=key-fFexxf7r1bzEfWu3HKwf, diakses pada tanggal 19 Oktober 2023)
- Fauziyah, Nafisah Wahyu and Segaf, Segaf (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). pp. 435-447. ISSN 2621-7465 <http://repository.uin-malang.ac.id/17281/>
- Kusumangningrum, Vita.(2023). Analisis SWOT BSI Kcp Boyolali Pandanaran 2 dalam menghadapi perkembangan financial technology pada pembiayaan KUR (Kredit Usaha Rakyat). (<https://eprints.iain surakarta.ac. id/7465/1/VT%20new%20%281%29.pdf>. diakses pada tanggal 19 Oktober 2023).
- Bank Syariah Indonesia. (2022). Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia 2022. 84–92.
- Oktaviani Satriyanti, E. (2012). Pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. 2(2). 171. <https://doi.org/10.14414/jbb.v2i2.172>
- Pratama, Tsania Ardhya and Segaf, Segaf (2022) Does the non-financial factor affect the profitability of Islamic commercial banks. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7 (3). pp. 1059-1076. ISSN 25805800 <http://repository.uin-malang.ac.id/17282/>
- Tamal, A. J., & Febrianti, S. (2022). Analisis manajemen strategi Bank Muamalat Indonesia mempertahankan loyalitas nasabah di Kota Solok Provinsi Sumatera Barat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 3(4). 2275–2282.