

Kerangka Konseptual Untuk Manajemen Strategis Pada Bank Syariah Indonesia: Tinjauan Pustaka—Deskriptif

Gunawan Aji

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
gunawanaji@uingusdur.ac.id

Mutiara Septi

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Qorry Triyulindra

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Galuh Hayuningtyas

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Korespondensi penulis: gunawanaji@uingusdur.ac.id

Abstract.

The development of the current era, creates opportunities and challenges for people's lives in increasingly advanced economic development. Likewise in bank financial institutions or watching banks. And by improving the quality of customer service and developing an increasingly advanced economy, the government merged 3 state-owned Islamic commercial banks to become Bank Syariah Indonesia (BSI). Which can have a positive impact in competing globally by prioritizing complete services, wider reach, and better capital. The strategy of Islamic banks must prioritize aspects of justice and sustainability and pay attention to the interests of customers and society in general. For this reason, strategic management is needed so that the policies taken are not on the wrong target. This writing uses a descriptive qualitative method which is sourced from secondary data, namely from reading materials or excerpts from books, articles, journals, or other relevant scientific works as references in this study, especially strategic management. The results can be known, for strategic management to make analysis of challenges and opportunities in order to dominate the market. With proper allocation of resources, in-depth internal and external analysis. Efective communication, and collaboration with other functional management. Skills learned for high management are essential to ensure maintenance and succeeful growth of the company's competitive strength in the long term.

Keywords: SWOT Analysis, Bank Syariah, Strategic Management

Abstrak.

Perkembangan zaman saat ini, menimbulkan peluang dan tantangan bagi kehidupan masyarakat di perkembangan perekonomian yang semakin maju. Demikian juga di lembaga keuangan bank ataupun non-bank. Dan dengan meningkatkan kualitas layanan nasabah dan perkembangan perekonomian yang semakin maju, maka pemerintah menggabungkan 3 bank umum syariah milik negara menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Yang dapat memberikan dampak positif dalam bersaing secara global dengan lebih mengutamakan pelayanan lengkap, jangkauan menjadi lebih luas, dan modal yang lebih baik. Strategi bank syariah harus mengutamakan aspek keadilan dan keberlanjutan

serta memperhatikan kepentingan nasabah dan masyarakat secara umum. Untuk itu manajemen strategik sangat diperlukan agar kebijakan yang diambil tidak salah sasaran. Penulisan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bersumber dari data sekunder, yakni dari bahan atau kutipan bacaan buku, artikel, jurnal, ataupun karya ilmiah lainnya yang relevan sebagai referensi pada penelitian ini khususnya manajemen strategi. Hasilnya dapat diketahui, untuk manajemen strategis untuk membuat analisa tantangan dan peluang agar dapat menguasai pasar. Dengan pengalokasian sumber daya yang tepat, analisis internal dan eksternal yang mendalam, komunikasi yang efektif, dan kolaborasi dengan manajemen fungsional lainnya. Keterampilan yang dipelajari untuk manajemen tinggi sangat penting untuk memastikan pemeliharaan dan keberhasilan pertumbuhan kekuatan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang.

Kata kunci: Analisis SWOT, Bank Syariah, Manajemen Strategi

LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman yang semakin maju, yang menyebabkan perkembangan ekonomi di berbagai belahan dunia. Keadaan seperti itu melahirkan banyak peluang dan tantangan, terutama dalam usaha pengembangan ekonomi islam. Proses globalisasi diperkirakan akan meningkat dimasa yang akan datang sehingga dapat menimbulkan kehidupan masyarakat di bidang hukum dan perekonomian menjadi semakin maju. Pada dasarnya, berbicara mengenai ekonomi tidak dapat dipisahkan dari sistem pengaturan. Sistem ekonomi menunjuk ke satu kesatuan mekanisme dan kelembagaan pemungutan atas keputusan serta melaksanakan hal tersebut dibagian produksi, konsumsi dan distribusi pendapatan (Nurlani, 2022).

Layanan teknologi dapat dimanfaatkan oleh lembaga keuangan, khususnya dalam industri perbankan. Untuk mendukung situasi persaingan saat ini, sangat penting untuk dilanjutkan dalam meningkatkan layanan teknis teknologi serta dapat meningkatkan kualitas yang lainnya. Yang disebabkan adanya persaingan tidak hanya terjadi di antar bank, akan tetapi dengan lembaga keuangan lainnya di sektor swasta yang menawarkan layanan e-financial dengan kemajuan yang lebih pesat (J. Komputer, 2022).

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Namun, kesadaran masyarakatnya mengenai sistem keuangan non ribawi masih sangat rendah. Efek positifnya, sistem perbankan yang berbasis syariah menjadi berpeluang besar untuk diterapkan di Indonesia. Ada sejumlah bank syariah yang beroperasi di Indonesia, dan 3 terbesar yang merupakan anak perusahaan dari tiga bank BUMN di Indonesia adalah

Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Ketiganya kini sudah dimerger menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) (Anjarani & Usman, 2022).

Begitu pula dalam dunia perbankan, dimana dunia perbankan saat ini sedang berkembang, hal ini disebabkan oleh perubahan peraturan perundang-undangan dan teknologi yang keduanya berdampak pada perbankan. Perubahan juga terjadi pada sisi nasabah, dengan adanya kebutuhan akan produk/layanan perbankan yang diikuti dengan keinginan untuk meningkatkan kualitas dalam sistem layanan dan dalam kebutuhan yang ada diberbagai layanan perbankan. Hal tersebut dikenal dengan fungsi intermediary, dimana posisi bank sebagai pusat masyarakat dan sebagai perantara transaksi sangat penting dalam memberikan kontribusi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (B. Putri, 2022).

Bank Syariah adalah bank yang menggunakan sistem bagi hasil perantara penabung (kreditur), peminjam (debitur) dan bank dalam perhitungannya biaya dan pendapatan. Produk bank umum syariah termasuk penggalangan dana pihak ketiga dan penyaluran dana. Penghimpunan dana dari pihak ketiga berupa titipan/wadiah dan perkembangan investasi/mudharabah. Penyaluran pembiayaan di bank umum syariah ada dua produk utama yang dilaksanakan antara lain pembiayaan dengan prinsip bagi hasil seperti musyarakah, mudharabah dan pembiayaan pada prinsip jual beli atau murabahah (Mahargiyantie, 2020).

Pada tanggal 1 Februari 2020, pemerintah resmi menggabungkan 3 bank umum syariah milik negara yaitu Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang berubah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI), dengan tujuan untuk terus berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Bank Syariah Indonesia (BSI) bereperan penting sebagai satu kesatuan dalam memangku kepentingan yang terlibat dalam pemulihan ekonomi nasional (PEN) yang khususnya diperkembangkan industri halal di negara Indonesia (G. Change, 2021).

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1, perbankan syariah adalah segalanya tentang bank syariah dan unit bisnis syariah, termasuk kelembagaan, kegiatan usaha dan cara serta proses dalam menjalankan kegiatan usahanya. Penelitian yang dilakukan oleh (Atikah et al., 2021) yang mengemukakan bahwa dampak dari penggabungan bank umum syariah memberikan dampak positif, sehingga Bank Syariah Indonesian (BSI) yang dapat bersaing secara global dengan lebih mengutamakan pelayanan lengkap, jangkauan

menjadi lebih luas, dan modal yang lebih baik. Mager atau penggabungan bank yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 1999, UU Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 dan UU Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008. Mager atau penggabungan BSM, BNIS, dan BRIS harus dapat meningkatkan nilai bagi pemangku kepentingan lainnya seperti industri perbankan syariah, dunia usaha (UMKM), dunia pendidikan, pengelolaan dana haji serta bagi hasil dalam pembangunan ekosistem syariah dalam arti tertentu (Ulfa, 2021).

Berdasarkan hal di atas, penulis akan membahas kerangka konseptual manajemen strategi pada bank syariah Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kerangka konseptual manajemen strategi bank syariah Indonesia untuk dapat bersaing dengan bank-bank lainnya.

KAJIAN TEORITIS

Implementasi Manajemen Strategik

Implementasi manajemen strategik adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan strateginya. Hal ini meliputi pemahaman visi, misi, nilai-nilai, tujuan, serta rencana strategi perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Selain itu, implementasi manajemen strategik juga memperhatikan factor internal dan eksternal perusahaan untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan.

Menurut Abdul & Azmi Omar (2012), implementasi manajemen strategi pada bank syariah harus meliputi beberapa tahapan, yaitu:

1. Analisis lingkungan eksternal dan internal bank syariah, termasuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang muncul di pasar dan industri, serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal bank.
2. Penentuan tujuan dan strategi bank syariah, yang harus disesuaikan dengan visi dan misi bank serta kebutuhan pasar.
3. Implementasi strategi, yang meliputi perencanaan dan pelaksanaan berbagai program dan kegiatan yang mendukung pencapaian tujuan bank syariah.
4. Evaluasi dan pengendalian, yang meliputi pengukuran kinerja dan perencanaan perbaikan yang diperlukan untuk mencapai tujuan bank syariah.

Mereka menekankan pentingnya kesesuaian antara strategi bank syariah dengan prinsip-prinsip syariah. Strategi bank syariah harus mengutamakan aspek keadilan dan keberlanjutan serta memperhatikan kepentingan nasabah dan masyarakat secara umum. Mereka mengemukakan bahwa implementasi manajemen strategi yang baik dapat membantu bank syariah dalam mencapai tujuan strategisnya dan meningkatkan kinerjanya. Namun, implementasi manajemen strategi yang sukses juga memerlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk manajemen, karyawan, dan nasabah bank syariah itu sendiri.

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah kemampuan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan (stakeholders) seperti pemilik saham, karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat umum. Kinerja perusahaan dapat diukur melalui berbagai indikator seperti profitabilitas, pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, dan lain-lain.

Kinerja perusahaan adalah salah satu faktor penting dalam menentukan kesuksesan sebuah organisasi. Seiring dengan meningkatnya persaingan di pasar global, perusahaan harus mampu mencapai kinerja yang baik agar dapat mempertahankan posisi mereka di pasar. Oleh karena itu, banyak penelitian telah dilakukan dalam rangka memahami faktor-faktor yang memengaruhi kinerja perusahaan.

Menurut Halдар dan Das (2019), manajemen risiko yang baik dapat membantu perusahaan dalam mengurangi risiko yang muncul dan meningkatkan kinerja mereka. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Girotra dan Grewal (2018) menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor internal dan eksternal memengaruhi kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam upaya untuk meningkatkan kinerja mereka. Selain itu, manajemen risiko dan tata kelola perusahaan yang baik juga penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari bahan atau kutipan bacaan buku, artikel, jurnal, ataupun karya ilmiah lainnya yang relevan sebagai referensi pada penelitian ini khususnya manajemen strategi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam mengenai kerangka konseptual untuk manajemen strategis pada Bank Syariah Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategis adalah proses yang kompleks dan berkelanjutan dalam mengembangkan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Tujuan dari manajemen strategis adalah untuk memaksimalkan keuntungan dan kinerja organisasi, sambil mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kesuksesannya. Salah satu elemen kunci dalam manajemen strategis adalah pengalokasian sumber daya yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi. Ini mencakup alokasi sumber daya ke area bisnis tertentu, seperti pemasaran, produksi, dan riset, dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan organisasi, serta peluang dan ancaman di lingkungan eksternal.

Pengambilan keputusan strategis didasarkan pada analisis menyeluruh terhadap lingkungan internal dan eksternal organisasi. Analisis internal mencakup kekuatan dan kelemahan organisasi, sedangkan analisis eksternal meliputi peluang dan ancaman yang dihadapi organisasi. Komunikasi yang efektif juga merupakan kunci keberhasilan manajemen strategis. Keterlibatan seluruh anggota organisasi dalam proses pengambilan keputusan dan implementasi strategi sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien.

Dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang, manajemen strategis harus dipadukan dengan manajemen fungsional lainnya, seperti pemasaran, keuangan, produksi, dan operasi. Ini memastikan bahwa tujuan strategis disesuaikan dengan tujuan fungsional, sehingga keseluruhan organisasi dapat mencapai keuntungan dan kinerja yang optimal.

Pendekatan Strategi

Dalam beberapa tahun terakhir, referensi yang cukup bebas telah dibuat untuk konsep strategi. Oleh karena itu, tidak ada sudut pandang menarik untuk mendefinisikannya sehingga disini ada beberapa pendekatan generik yang berhasil mencerminkan jawaban yang berbeda tersebut tentang apa strategi yang baik dan bagaimana mencapainya. Pendekatan tersebut terdiri dari dua strategi yaitu :

a. Strategi Umum

Yaitu bertanggung jawab untuk menyusun arah global organisasi. Pendekatan klasik untuk perumusan strategis didasarkan pada metode rasional perencanaan, alokasi sumber daya, dan profitabilitas. Pendekatan ini menempatkan kepercayaan besar pada jenjang jabatan dan kepercayaan pada kecerdasan dan kemampuan pemimpin untuk mengadopsi strategi yang memaksimalkan manfaat jangka panjang. Pendekatan ini membutuhkan kepemimpinan transformasional, karena dianggap sebagai cara kepemimpinan yang paling efektif di semua model; ini terdiri dari empat jenis perilaku: stimulasi intelektual, motivasi, komitmen, dan usaha, yang berujung pada kinerja yang lebih baik.

Untuk pendekatan klasik, kemajuan dan stabilitas bisnis sangat bergantung pada pengembangan atau penciptaan strategi. Pentingnya setiap spesialisasi strategi diakui, menyatakan bahwa itu harus independen dari kebijakan eksekusi. Pada pendekatan ini kunci keunggulan berkaitan dengan fokus pada orang, klien, dan tindakan.

b. Strategi Perusahaan

Yaitu pelengkap dari strategi umum yang penerapannya sesuai dengan pemimpin atau direktur. Pada tingkat direktif, strategi ini digunakan sebagai sarana yang berfungsi sebagai pendukung dalam pengambilan keputusan dan melakukan proses koordinasi dan komunikasi tujuan atau tujuan strategis.

Penciptaan Strategi

Setiap strategi perbankan syariah harus menentukan di mana perbankan ingin berada di masa depan dan secara objektif mengevaluasi mulai dari sekarang untuk memutuskan bagaimana mencapai tujuan tersebut dengan mempertimbangkan opsi, alternatif, sumber daya yang tersedia, dan perubahan yang diperlukan. Sebuah perbankan mencapai

profitabilitas yang unggul dalam industrinya ketika mencapai laba yang lebih tinggi atau biaya yang lebih rendah daripada para pesaingnya melalui efektivitas operasi atau posisi strategis. Strategi yang baik adalah seperangkat analisis, konsep, kebijakan, argumen, dan tindakan yang koheren yang memberikan respons terhadap tantangan berisiko tinggi. Strategi berdasarkan biaya telah dipertimbangkan di antara bentuk generik dari posisi strategis.

Secara umum, untuk membuat strategi harus dimulai dari analisis lingkungan sekitar perbankan, berpura-pura dengan usulan rencana tindakan, yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing. Untuk menganalisis situasi di mana suatu perbankan ditemukan, yang paling umum digunakan adalah Analisis SWOT, yang memungkinkan untuk menentukan kekuatan dan peluang bagi perbankan syariah serta kelemahan dan ancaman yang dimilikinya. Agar strategi berhasil, harus dirancang dengan cara sebagai berikut: (1) tujuan sederhana, koheren, dan jangka panjang; (2) pengetahuan mendalam tentang lingkungan kompetitif; (3) evaluasi obyektif sumber daya; dan (4) implantasi yang efektif.

a. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang baik bertindak sebagai moderator untuk meningkatkan pengaruh yang dimiliki pemimpin tentang perilaku, kinerja, dan pekerjaan bawahan mereka, untuk mencari kepuasan nasabah. Semua pola desain untuk mengatur perusahaan, dengan mempertimbangkan semua bentuk di mana pekerjaan dibagi dan koordinasi selanjutnya sama, berusaha untuk memenuhi tujuan yang diusulkan dan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Beberapa elemen yang harus diperhatikan dalam suatu struktur organisasi adalah: (1) geografi: mengacu pada lokasi perusahaan, perusahaan terdekat yang diperlukan; (2) jumlah karyawan: agar organisasi dapat bekerja secara efisien, harus ditentukan dengan jelas jumlah karyawan yang dibutuhkan; (3) evolusi produk: organisasi harus berkembang sejauh produknya, mampu memulai sebagai lini kecil dan kemudian melakukan diversifikasi sesuai kebutuhan; (4) pembagian wewenang: harus ditetapkan apakah organisasi bekerja secara terpusat atau desentralisasi; (5) kontrol: itu mengacu pada persyaratan dan peraturan yang harus diterapkan sesuai dengan jenis produk yang ditawarkan organisasi, untuk tujuan mematuhi dan menawarkan produk yang kompetitif; dan (6) pasar: struktur

organisasi lembaga harus berputar di sekitar pemasok dan konsumen, dan harus memiliki tim pemasaran dan tenaga penjualan yang memadai.

a. Struktur Perusahaan

Tujuan dari strategi ini adalah untuk menambah nilai portofolio bisnis perusahaan yang mencapai untuk mengatasi pesaingnya. Jika sebuah organisasi bergerak di lebih dari satu lini bisnis, maka diperlukan strategi pada level korporat (diversifikasi perusahaan). Strategi perusahaan bertugas menentukan data mana yang harus dikumpulkan dan dianalisis, menjadi faktor kunci untuk pengambilan keputusan yang tepat.

b. Strategi Bisnis

Strategi bisnis memiliki potensi untuk membuat dampak urutan pertama tentang risiko kecelakaan keuangan, konsekuensi ekonomi langsung bagi pemilik, dan investor perusahaan. +strategi ini adalah pendekatan dan tindakan yang dibuat oleh administrasi dengan tujuan menghasilkan kinerja yang sukses dalam lini bisnis tertentu. Kepentingan utama dari strategi bisnis terdiri dari bagaimana menciptakan dan memperkuat posisi kompetitif jangka panjang perusahaan di pasar.

Ketika sebuah organisasi berada dalam bisnis yang berbeda, perencanaan dapat difasilitasi dengan membuat unit bisnis strategis (SBU). SBU mewakili satu bisnis atau sekelompok bisnis terkait, yang memungkinkan untuk merumuskan strategi bersama. Setiap SBU akan memiliki misi tersendiri dan pesaing yang berbeda ini memungkinkan untuk memiliki strategi independen dari bisnis lain organisasi.

c. Strategi Fungsional

Yaitu menanggapi bagaimana sesuatu harus dilakukan atau bagaimana mereka harus digunakan dan diterapkan pada sumber daya. Strategi fungsional bergantung pada dan harus didefinisikan dengan baik dan diselaraskan dengan strategi perusahaan dan bisnis. Jenis utama dari strategi fungsional adalah: strategi produksi, strategi R&D, strategi pemasaran, strategi sumber daya manusia, dan strategi teknologi, strategi organisasi, dan strategi keuangan

d. Strategi Operasi

Strategi operasi dimulai dari analisis lingkungan, pasar dan pesaing, serta studi sumber daya internal yang tersedia, untuk memperbaiki tujuan dan rencana rute. Dan nilai-nilai perusahaan berfungsi sebagai panduan saat merencanakan strategi operasi. Tujuan akhir dari strategi operasi adalah untuk menemukan keunggulan kompetitif yang secara jelas membedakan perusahaan dari para pesaingnya. Strategi ini harus memberikan tujuan produksi untuk mencapai keunggulan kompetitif, dengan fokus pada model pengambilan keputusan yang seragam dalam kategori sumber daya utama produksi.

Perumusan Strategi

Untuk menghasilkan strategi, analisis sebelumnya dari organisasi yang mengevaluasi definisi tujuan, analisis situasi dan perencanaan harus dilakukan. Setiap perusahaan, terlepas dari ukuran, jenis industri, segmen bisnis, atau negara tempat kegiatannya dikembangkan, harus memiliki proses yang memungkinkan tersedianya metodologi untuk merumuskan strategi. Bahkan strategi terbaik pun tidak dapat mencapai kesuksesan jika administrasi gagal, baik saat menanamkannya atau saat mengevaluasi hasilnya.

Evaluasi Strategi

Evaluasi strategis terdiri dari mengukur dampak perencanaan strategis, membuka kemungkinan mengambil tindakan korektif yang diperlukan. Proses strategis melayani organisasi untuk mengetahui dan menganalisis apakah tindakan yang diusulkan benar-benar mengarahkan perusahaan ke arah yang benar. Proses evaluasi strategis dilakukan melalui analisis data kuantitatif memungkinkan pemahaman tentang hasil mengingat investasi dan prakiraan pertumbuhan; bagian numerik dari hasil diukur mulai dari indikator kinerja utama. Sedangkan kualitatif memungkinkan pemahaman tentang sebab dan akibat dan interpretasi situasi di luar angka.

Untuk evaluasi strategis, semua faktor yang berasal dari lingkungan, menjadi ancaman atau peluang, yang secara langsung mempengaruhi operasi strategi dan memerlukan respon yang efektif harus dipertimbangkan. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor ini, harus dianalisis bahwa tujuan yang ditetapkan adalah yang benar sehingga hasil yang dapat diamati konsisten dengan keadaan awal. Proses untuk mengevaluasi strategi menentukan proses dan hasil yang paling penting untuk diawasi dan dievaluasi untuk

mengukurnya secara objektif; menetapkan standar kinerja yang membuat perbedaan antara apa yang dapat diterima dan apa yang tidak; dan membandingkan kinerja aktual dengan yang diharapkan dan menerapkan tindakan korektif yang relevan.

Ada empat kriteria untuk mengevaluasi strategi: (1) Koherensi, strategi tidak harus menyajikan tujuan dan politik yang saling tidak konsisten; (2) konkordansi, strategi harus mewakili respons adaptif terhadap lingkungan dan perubahan kritis yang dihasilkan di dalamnya; (3) keunggulan, strategi harus mengantisipasi penciptaan dan/atau pemeliharaan keunggulan kompetitif di area aktivitas yang dipilih; dan (4) viabilitas, strategi tidak boleh membebani sumber daya yang tersedia atau membuat submasalah yang tidak memiliki solusi. Koherensi dan keunggulan didasarkan pada evaluasi eksternal organisasi, sedangkan kesesuaian dan kelangsungan hidup terutama didasarkan pada evaluasi internal Balanced Scorecard.

Berdasarkan analisis SWOT pengembangan strategi pemasaran perbankan syariah di Indonesia yang merupakan faktor kekuatan dan peluang bank lebih besar daripada kelemahan dan ancamannya sebagai berikut :

a. Strengths-Opportunities (Kekuatan dan Peluang)

1. Meningkatkan market share

Bank syariah dapat memperluas pangsa pasarnya saat ini dengan merencanakannya terlebih dahulu agar pasar yang dimasuki tidak salah arah juga melihat kemampuan yang dimilikinya.

2. Memperkuat kerjasama dengan koperasi

Dengan mempertahankan hubungan kerjasama dengan koperasi karena memiliki peluang bagi bank syariah agar koperasi tetap menjadi nasabah atau koperasi menginvestasikan dananya sehingga dapat menguntungkan bank syariah.

3. Meningkatkan hubungan dengan pemerintah dan pengusaha

Hal ini dapat berdampak signifikan terhadap kemajuan perbankan syariah, karena peran perbankan syariaah kurang dimanfaatkan. Pemerintah tidak hanya dijadikan legalisasi pendirian bank syariah, tetapi lebih baik lagi jika dana pemerintah juga diinvestasikan di bank syariah, sehingga hubungan tersebut dapat menumbuhkan rasa kekeluargaan, karena yang terjadi antara nasabah dengan bank adalah hubungan kemitraan. Selain itu,

hubungan yang perlu diperkuat adalah hubungan dengan pengusaha. Hal ini harus ditingkatkan karena pengusaha merupakan calon nasabah bank syariah. Jika hubungan ini terjalin dengan baik, maka diharapkan para pengusaha yang ada dapat menjadi mitra yang berkontribusi dalam pengembangan bank syariah yang ada.

b. Weaknesses-Opportunities (Kelemahan dan Peluang)

1. Pick-up strategi

Pick-up strategy adalah strategi pemasaran dimana bank syariah yang menyediakan jasa/penjual produk secara aktif melakukan kegiatan pemasaran dengan cara menghubungi calon nasabah satu per satu.

2. Meningkatkan loyalitas nasabah

Bank syariah harus meningkatkan loyalitas nasabah dengan cara memupuk dan menjaga rasa kekeluargaan dan kepercayaan nasabah dengan memberikan pelayanan yang unggul dan fasilitas yang memuaskan.

3. Meningkatkan kualitas produk

Bank syariah harus melakukan inovasi produk agar kebutuhan dan keinginan nasabah terpenuhi dan memiliki nilai jual pada nasabah.

c. Strengths-Threats (Kekuatan dan Ancaman)

1. Menjalin kerjasama dengan bank lain

Bank syariah melakukan pendekatan persuasif dengan bank syariah lain untuk menjalin mitra bisnis dengan cara memperkuat jaringan kerjasama.

2. Menetapkan target pemasaran

Pesaing terberat bank syariah merupakan bank konvensional, oleh karena itu bank syariah harus menetapkan target pasar dan tujuan pemasaran mereka melalui perencanaan strategis dan defensif.

3. Meningkatkan kualitas layanan

Dengan meningkatkan kualitas pelayanan dapat menarik simpati para nasabah ataupun calon nasabah, sehingga kepercayaan nasabah terhadap bank syariah dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan menarik nasabah baru sebagai targetnya.

d. Weaknesses-Threats (Kelemahan dan Ancaman)

1. Peningkatan promosi melalui berbagai media
Media promosi yang dapat digunakan banyak, termasuk media cetak dan elektronik guna mempromosikan produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia.
2. Menetapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien
Untuk menghindari ancaman dan mengurangi kelemahan pada Bank Syariah Indonesia, penetapan strategi pemasaran harus sesuai dengan kekuatan dan peluang yang ada agar tidak menjadi ancaman untuk Bank Syariah Indonesia itu sendiri.

Bank Syariah Indonesia

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Bank syariah dikenal sebagai bank bebas bunga, adalah lembaga keuangan yang didirikan berdasarkan Al-Qur'an dan hadits Nabi SAW. Bank syariah melarang penggunaan suku bunga dan membenarkan sistem bagi hasil kepada nasabahnya. Nisbah yang diterima bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabahnya tergantung pada kontrak dan kesepakatan antara nasabah dan bank. Bank syariah sebagai lembaga keuangan syariah memiliki peran dan fungsi ganda yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah melakukan kegiatan yang berorientasi laba serta berorientasi sosial.

Bank syariah berperan sebagai financial intermediary dalam bentuk pembiayaan transaksi jual beli (debt finance), pembiayaan usaha (profit loss sharing), pembiayaan berbasis fee/ujrah, serta memiliki fungsi sosial sebagai penampung dana zakat dan pinjaman kebajikan/dana talangan (Qard dan Qard al-Hasan). Dengan fungsinya yang kompleks, bank syariah menghadapi berbagai macam tantangan. Bank syariah harus memiliki platform untuk pengembangan dan inovasi produk yang semakin beragam agar dapat berkembang dengan baik.

Berdasarkan UU No. 21 tahun 2008 disebutkan, kegiatan usaha dari Bank Syariah adalah berdasarkan prinsip syariah, baik dalam hal kegiatan pelayanan jasa lalu lintas pembayaran atau pun pelayanan lainnya. Prinsip syariah maksudnya prinsip yang tidak bertentangan dengan al-qur'an dan hadist, sesuai dengan fatwa ulama yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan, DSN MUI.

Bank Syariah Indonesia sudah memiliki BSI Mobile yang dapat digunakan untuk pembayaran, transfer, dan pesanan dalam ekosistem transaksi keuangan perbankan. Selain menyediakan layanan keuangan digital, BSI Mobile juga memiliki fitur lain untuk memberikan nilai lebih kepada nasabah. Dan secara spiritual, BSI mobile dapat menampilkan waktu sholat, arah kiblat, dan informasi terkait ayat-ayat suci yang wajib dibaca dan ada di ekosistem ZISWAF untuk membayar zakat dan wakaf (Aransyah, 2021).

Kehadiran Bank Syariah Indonesia untuk melengkapi pilihan masyarakat Indonesia mengenai layanan perbankan berdasarkan prinsip syariah. Memudahkan nasabah untuk berinteraksi, bank Syariah Indonesia telah menyediakan berbagai produk tabungan yang dapat di manfaatkan oleh masyarakat Indonesia.

Indikator Kinerja Perbankan Syariah

Menurut Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020 oleh OJK, kinerja perbankan syariah diukur dengan menggunakan beberapa indikator seperti permodalan, kualitas aset, rentabilitas, efisiensi, dan likuiditas. Salah satu aspek yang dinilai dalam hal permodalan adalah nilai rasio permodalan atau *Capital Adequacy Ratio* (CAR). Rasio CAR ini menunjukkan kemampuan bank dalam menyediakan dana untuk menanggung risiko dari setiap pembiayaan atau aktiva produktif yang berisiko. Menurut Yundi & Sudarsono (2018), semakin tinggi CAR, maka semakin meningkat pula kemampuan bank dalam menghasilkan laba. Sementara itu, ROA adalah rasio yang menunjukkan keuntungan bersih setelah pajak terhadap total aktiva. Efektivitas perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya untuk menghasilkan pendapatan dapat dilihat melalui nilai ROA. Dengan demikian, semakin tinggi nilai ROA, semakin tinggi pula keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan melalui penggunaan aset (Biasmara & Srijayanti, 2021).

Rasio *Non Performing Financing* (NPF) digunakan untuk mengukur kemampuan suatu bank dalam mengelola kredit atau pembiayaan yang mengalami masalah. Namun, semakin tinggi rasio NPF, semakin tinggi risiko yang harus dihadapi oleh bank. Oleh karena itu, bank perlu menyediakan cadangan dana yang lebih besar untuk menutupi risiko tersebut. Kaitannya dengan efisiensi, bank perlu menyeimbangkan biaya operasional dengan pendapatan operasional yang diperoleh terutama dalam pelaksanaan kredit atau pembiayaan. BOPO (Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional)

adalah rasio yang menunjukkan efisiensi bisnis suatu bank. Semakin rendah nilai BOPO, semakin baik bank dalam menjalankan aktivitas usahanya (Biasmara & Srijayanti, 2021). Ini karena bank dapat menggunakan sumber daya perusahaan secara efisien. Penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) adalah salah satu bisnis yang dilakukan oleh bank baik konvensional maupun Syariah. Menurut Gampito (2014), dana yang diterima dari masyarakat, seperti tabungan, giro, dan deposito, disebut sebagai Dana Pihak Ketiga (DPK), yang juga menunjukkan tingkat likuiditas bank. DPK bisa berasal dari sumber dana murah seperti tabungan dan giro, atau sumber dana mahal seperti deposito. Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil atau nisbah yang sah menurut prinsip Islam, di mana keuntungan bersih dari usaha atau investasi yang dilakukan dibagi antara bank dan nasabah dengan cara profit sharing. Besarnya keuntungan sudah disepakati pada saat akad akan ditandatangani, sehingga tidak ada kebingungan atau perselisihan setelah bisnis atau investasi selesai dilakukan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah proses yang sangat penting untuk memastikan keberhasilan organisasi jangka panjang. Ini melibatkan pengalokasian sumber daya yang tepat, analisis internal dan eksternal yang mendalam, komunikasi yang efektif, dan kolaborasi dengan manajemen fungsional lainnya.

Manajemen strategi menentukan efisiensi dimana organisasi mencapai tujuannya memuaskan kebutuhan pelanggan, untuk itu sebagian besar tanggung jawab tergantung pada seberapa baik administrator melakukan pekerjaan mereka. Ketrampilan yang dipelajari untuk manajemen tinggi sangat penting untuk memastikan pemeliharaan dan keberhasilan pertumbuhan kekuatan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang. Manajer puncak bertugas membuat keputusan penting dalam penugasan personel dan sumber keuangan; Keputusan semacam ini menentukan nasib perusahaan dan, seringkali, seluruh industri negara.

Kesuksesan bisnis menuntut adaptasi terus-menerus dari perusahaan terhadap lingkungannya. Daya saing menjadi kriteria ekonomi dengan keunggulan untuk mengarahkan dan mengevaluasi kinerja internal dan eksternal perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Abduh, M., & Azmi Omar, M. (2012). Islamic Banking And Economic Growth: The Indonesian Experience. *International Journal Of Islamic And Middle Eastern Finance And Management*, 5(1), 35–47. <https://doi.org/10.1108/17538391211216811>
- Anjarani, R., & Usman. (2022). Analisis Kesehatan Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 43-57.
- Aransyah, M. (2021). The Study Of The Bank Syariah Indonesia Merger Based On Swot Analysis. *Jurnal Md*, 197-223.
- Biasmara, H. A., & Srijayanti, P. M. R. (2021). Mengukur Kinerja Pra Merger Tiga Bank Umum Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Return On Asset. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 70–78. <https://doi.org/10.31294/Moneter.V8i1.9977>
- B. Putri, M. F. (2022). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 209-220.
- G. Change, M. C. (2021). Portrait Of The Performance Of Indonesian Sharia Bank (Bsi) In . *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, 6.
- Gampito. (2014). Pengaruh Dana Pihak Ketiga Terhadap Penyaluran Dana Perbankan Syariah Di Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Syariah*, 13(1), 40–50.
- J. Komputer, M. J. (2022). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem)*. 3484-3490.
- Mahargiyantie, S. (2020). Peran Strategis Bank Syariah Indonesia Dalam Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Al-Misbah*, 83-94.
- Nurlani, M. (2022). Meirina Nurlani, Pembaharuan Sistem Perbankan Syariah Indonesia Dalam Menghadapi Arus Ekonomi Global, Halaman 173-187 Pembaharuan Sistem Perbankan Syariah Indonesia Dalam Menghadapi Arus Ekonomi Global. *Bulan Mei*, 173-187.
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1101-1106.
- Yundi, N. F., & Sudarsono, H. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return On Asset (Roa) Bank Syariah Di Indonesia. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 18. <https://doi.org/10.24235/Amwal.V10i1.2759>