



ANALISIS PELUANG BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) MENJADI TOP 5 BANK DI INDONESIA BERDASARKAN KEKUATAN ASET DAN VISI MISI

Aang Kunaifi¹, Achmad Ali Said², Ahmad Mawardi³

^{1,2,3}IAI Al-Khairat Pamekasan

e-mail: ¹aangkunaifi@alkhairat.ac.id, ^{2,3}esy@alkhairat.ac.id

Abstrak: Tujuan organisasi perusahaan dapat dicapai melalui beberapa strategi yang digunakan dalam menentukan keunggulan bersaing yaitu dengan menggunakan berbagai macam strategi yakni dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan yang diantaranya peran tenaga kerja atau karyawan. Selain itu juga melakukan pengembangan layanan suatu produk melalui digitalisasi yang lebih fleksibilitas dan nyaman untuk nasabah seperti halnya penggunaan *single system* yang artinya sekarang Bank Syariah Indonesia memiliki satu *core banking system*, satu *enterprise data*, satu sandi kode bank 451, dan satu pelaporan keuangan, semua dengan nama Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur peluang BSI dalam mencapai target menjadi 5 besar dalam industry perbankan nasional. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini di laksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Molyosari Surabaya, subjek penelitian ini adalah Branch Manager (BM), Mikro Relationship and Manager Tim Leader (MRMTL), Consumer Bussines Staf (CBS), Customer Service (CS), Branch Operation and Servis manager (BOSM). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara kualitatif deskriptif. Melalui temuan dalam penelitian ini diharapkan diperoleh strategi yang tepat dan terukur dalam mencapai targaet 5 besar perbankan di Indonesia.

Kata Kunci : Peluang, top five, asset, perbankan syariah

PENDAHULUAN

Salah satu komitmen Indonesia menjadi kekuatan ekonomi syariah di dunia adalah memperkuat keberadaan perbankan syariah. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi bukti komitmen tersebut, yaitu merger Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kekuatan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BRIS) atau BSI menginginkan perseroan menjadi top 5 aset di Indonesia. Tak hanya menjadi deretan 5 besar aset di Indonesia, BSI juga ingin menjadi top 10 market capital di global Bank syariah. Setelah proses konsolidasi menjadi satu sistem maka energi bank ini 100 persen in sha Allah akan ditujukan untuk mencapai visi dan misi Bank Syariah Indonesia, yaitu menjadi top 5 aset di Indonesia dan in sha Allah menjadi top 10 market capital global shariah bank. Oleh karena itu di perlukan beberapa parameter atau indikator yang harus di siapkan untuk mencapai target tersebut .

Dari uraian yang telah di kemukakan diatas penulis merasa tertarik untuk meneliti visi misi daripada Bank Syariah Indonesia (BSI) yakni menjai top 5 aset di Indonesia yang mana kita sadari dan ketahui bersama bahwa Bank Syariah indonesia (BSI) baru saja satu tahun berdiri atau terbentuk dari sebuah merger atau penggabungan dari tiga bank BUMN diantaranya BRI syariah, BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. Oleh sebab itu diakui atupun tidak telah banyak pesaing-pesaing lembaga keuangan lainnya baik yang syariah ataupun yang konvensional yang menuntut Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk fokus dengan memperkuat jaringan di seluruh Cabang, Regional sebagai upaya membangun komunikasi bisnis yang efektif. Komunikasi bisnis yang efektif akan menentukan dukungan masyarakat dalam merealisasikan tujuan perusahaan. Setiap personal BSI harus bersinergi dengan usaha syariah lain sehingga industri keuangan secara syariah akan tumbuh menjadi lebih besar lagi.

Berdasarkan uraian di atas judul yang di pilih dalam laporan Praktikum Lembaga Keuangan dan Bisnis Islam (PLKBI) ini adalah “Analisis Peluang Bank Syariah Indonesia (Bsi) Menjadi Top 5(*Top Five Asset*) Bank Di Indonesia Berdasarkan Kekuatan Aset Dan Visi Misi”.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif eksploratif, yaitu penelitian yang mencoba untuk mengeksplorasi kehidupan nyata melalui pengumpulan data yang rinci serta mendalam dengan melibatkan berbagai sumber informasi, yaitu berupa wawancara, observasi, dokumentasi ataupun laporan dengan cara mendiskripsikan objek dari kasus penelitian. Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (*qualitative research*) yaitu pengelolaan data yang bersifat uraian, argumentasi dan penerapan data yang kemudian dianalisa. Metode kualitatif ialah penelitian yang memakai kerangka ilmiah, melalui penjabaran data dan fakta berdasarkan fenomena yang berlangsung serta dilakukan melalui jalan mengaitkan beberapa metode yang ada. Dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian langsung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang pembantu (KCP) Surabaya Molyosari.

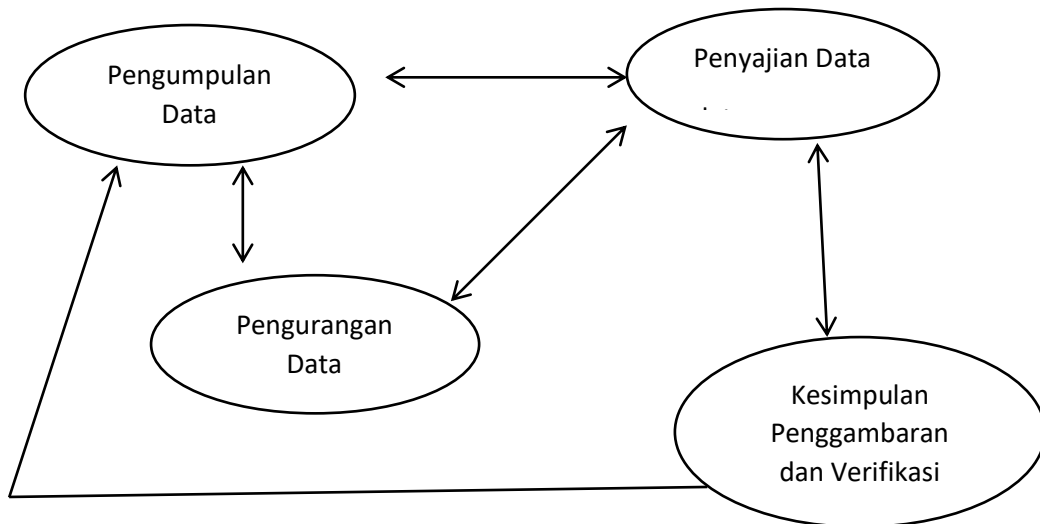
1. Informan/narasumber

Penelitian deskrip kualitatif di butuhkan adanya Narasumber informan untuk mendapatkan data ataupun materi yang dibutuhkan, adapun informan dalam penelitian ini yaitu bapak Rahman Suwondo selaku *Branch Manager (BM)*, Bapak Aris selaku *Mikro Relationship and Manager Tim Leader (MRMTL)*,

Ibu Eva selaku *Branch Operation and Servis Manager (BOSM)*, Ibu Ayu Fitria selaku *Costuner Service Representative (CSR)* dan Nasabah.

2. Teknik analisis Data

Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interkatif dan berlangsung secara terus menerus hingga penelitian tuntas. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*) lebih lanjut menurut menurut Miles dan Huberman dalam (sugiyono, 2012), untuk menganalisa hasil penelitian, maka dilakukan langkah-langkah sebagai beriku:



(Sumber: (Miles, Huberman, 1992).

Analisis Hasil Penelitian

3. Validitas data

Keabsahan data bisa diperoleh dengan memakai proses pengumpulan data yang tepat, salah satu caranya yaitu dengan proses *triangulasi*. (Afifuddin, 2009), menyatakan *triangulasi* ialah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk kepentingan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Sugiono (2012), menyatakan teknik triangulasi, ialah menggunakan pengumpulan data yang berbeda untuk memperoleh data dari sumber data yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI)

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal metter serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk,

peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan industri (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing ditingkat global. Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan iktiar untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

Berdirinya BSI adalah bukti dari adanya perkembangan ekonomi dan keuangan syariah. Semakin cepat respon atas Bank Syariah Indonesia, maka dampaknya pada kesejahteraan masyarakat bisa segera dirasakan. Secara umum, perbankan syariah memang berpeluang meningkatkan kesejahteraan Indonesia pada saat ini dan masa mendatang. Indonesia berada di peringkat 10 pada tahun 2018, peringkat 5 pada tahun 2019 dan berada di peringkat 4 pada tahun 2020. Asset bank syariah naik 10,9%. Pendirian Bank Syariah Indonesia ini adalah bagian dari upaya dan komitmen Perbankan Syariah dibandingkan konvensional sebesar 7,7%. Kenaikan juga terjadi pada dana pihak ketiga sebesar 11,56% dibandingkan dengan konvensional sebanyak 11,49%. Pembiayaan pada bank syariah naik menjadi 9,42%, yang lebih besar dari pada perbankan konvensional sebesar 0,55%. Sebagai bentuk layanan perbankan, Bank Syariah Indonesia harus bersifat universal dan inklusif. Artinya bank bisa melayani semua orang tanpa batas agama dan kepercayaan.

Untuk menarik minat semua orang terutama generasi muda, Bank Syariah Indonesia harus mampu memaksimalkan teknologi digital. Pemanfaatan teknologi terlihat dalam produk dan layanan yang bersifat kompetitif serta memenuhi kebutuhan semua konsumen. Apabila Bank Syariah Indonesia mampu menjadikan layanan tersebut, generasi muda mungkin akan sangat tertarik dan memilih bank syariah. Yang selanjutnya Indonesia pemimpin perbankan syariah dan semakin sejahtera.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank hasil merger dari 3 bank, yakni BNI Syariah, BRI Syariah, dan Mandiri Syariah, dimana dengan adanya merger ini diharapkan akan bisa meningkatkan pasar keuangan syariah di Indonesia yang memiliki potensi besar.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

a. Visi :

“Top 10 Global Islamic Banking”

Menjadi top 10 Bank Syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu 5 tahun

b. *“Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia “ Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500T) dan nilai buku 50T di tahun 2025*

c. *“Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham”*

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PBV>2)

d. *“Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia”*

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta komitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kerja.

3. Filosofi Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)

Makna logo Bank Syariah Indonesia, dibawah tulisan BSI disematkan kata “Bank Syariah Indonesia”. Filosofi yang terkandung dalam bintang kuning bersudut 5 mempresentasikan 5 sila Pancasila dan rukun Islam. Tulisan **BSI** menjadi representasi Indonesia baik di tingkat nasional maupun di tingkat global.

4. Perkembangan Bank syariah Indonesia (BSI)

OJK selaku otoritas sektor jasa keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah sesuai peta jalan (*roadmap*) perbankan syariah. Arah pengembangan perbankan syariah yang sebelumnya tertuang pada *Roadmap* Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 telah sampai pada akhirnya.

Untuk melanjutkan arah pengembangan Perbankan Syariah Indonesia periode 2020 – 2025 disusun dengan membawa visi mewujudkan perbankan syariah yang resilient, bersaya saing tinggi, dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan pembangunan sosial.

Presiden Joko Widodo meresmikan beroperasinya PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) pada Senin, 1 Februari 2021. BSI merupakan hasil merger (penggabungan) 3 bank syariah pelat merah, yakni Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, sehingga memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BRI, BNI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing ditingkat global.

Penggabungan ketiga bank tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajib Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Alamiin*).

Adapun komposisi pemegang saham BSI terdiri atas PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 51,2%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (25,0%), PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,4%, DPLK BRI – Saham Syariah (2%), dan publik (4,4%). Bank Syariah Indonesia memiliki aset sebesar Rp 245,7 triliun. Sedangkan modal intinya Rp 20,4 triliun. Dengan jumlah tersebut, Bank Syariah ini akan langsung masuk top 10 bank terbesar di Indonesia dari sisi aset. Tepatnya di urutan ke-7. Selanjutnya di tahun 2025, targetnya menjadi pemain global. Target tembus 10 besar bank syariah dunia dari sisi kapitalisasi pasar.

Selain itu, Bank Syariah Indonesia memiliki sekitar 1.200 kantor cabang serta lebih dari 1.700 ATM. Saat ini, BSI berada di kategori bank BUKU III. Ambisinya masuk dalam daftar Bank BUKU IV pada tahun 2022.

5. Aset Bank Syariah Indonesia (BSI)

PT. Bank syariah Indonesia Tbk. Telah genap berusia satu tahun pasca penggabungan usaha (Merger) pada 1 Februari 2021. Bank hasil merger tiga bank syariah milik Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) tersebut, mencatatkan kinerja cemerlang sepanjang tahun lalu. Berdasarkan publikasi pada hari Rabu (02/02/2022), Bank Syariah Indonesia (BSI) mencatatkan aset sebesar Rp 265,29 triliun per Desember 2021. Jumlah tersebut tumbuh 10,73 persen secara tahunan (yoy).

Sementara itu, pembiayaan yang disalurkan mencapai Rp 171,29 triliun atau tumbuh 9,32 persen yoy. Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar Rp 233,25 triliun atau tumbuh 11,12 persen yoy. Perseroan berberhasil membukukan laba bersih sebesar Rp 3,03 triliun atau tumbuh 38,42 persen yoy. Cas coverage tumbuh 14,57 persen yoy, sedangkan kualitas pembiayaan (NPF) net terjaga di level 0,87 persen atau turun 0,25 persen yoy.

Disamping itu, BSI juga terus berinovasi dengan menghadirkan *Beyond Banking services Experience in One Hand*. Hal itu tercermin dari kinerja transaksi digital perseroan yang melesat sepanjang tahun lalu. Bank Syariah Indonesia (BSI) mencatat jumlah user BSI Mobile mencapai 3,47 juta user atau tumbuh 127 persen. Jumlah transaksi tumbuh 169 persen hingga mencapai 124,54 juta transaksi. Adapun, volume transaksi mencapai Rp 150,84 triliun atau tumbuh 200 persen.

Manajemen menyampaikan meski BSI lahir ditengah ketidak pastian ekonomi global akibat pandemi Covid, namun perseroan hadir untuk senantiasa membangun asa dan membawa manfaat yang berkah. “Hari ini, 1 Februari 2022, setahun kami berikhtiar, menopang pengembangan UMKM, menjaga

amanah ummat, serta mendukung pengembangan ekosistem keuangan syariah dan industri halal nasional. In sha Allah BSI menjadi energi baru untuk ekonomi indonesia”. Lebih lanjut Bank Syariah indonesia (BSI) siap berlari kencang untuk menyempurnakan layanan dan produk untuk semua nasabah. Bank Syariah Indonesia siap menjadi jembatan ekonomi antara Timur tengah dan Indonesia serta menjadi pemain global, dan kebanggaan indonesia.

6. Upaya Bank Syariah Indonesia (BSI) Capai Target Visi

Untuk mencapai visi tersebut, Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki tiga parameter utama yang akan menjadi fokus perseroan.

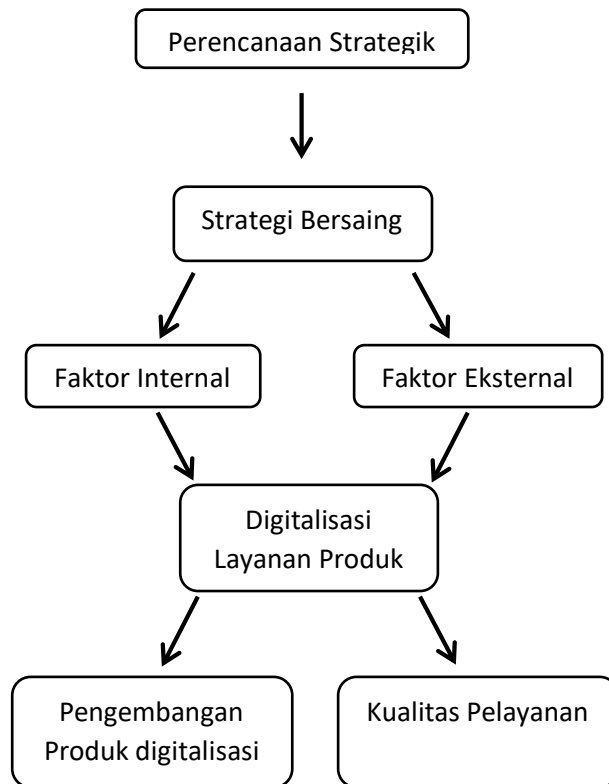
- a. Menaikkan jumlah nasabah 30-40 juta nasabah pada 2025. Bank Syariah Indonesia menginginkan terjadinya peningkatan nasabah dalam kurun waktu 4-5 tahun kedepan. Untuk saat ini, Bank Syariah Indonesia (BSI) berhasil mendapatkan 15 juta nasabah.
- b. Kinerja *profitabilitas*. Bank Syariah Indonesia (BSI) berharap bisa berkontribusi positif lebih baik lagi kepada pemegang saham dengan meningkatkan *return On equity* (ROE), yang semula 14 persen menjadi 18 persen.
- c. Meningkatkan sisi volume. Bank Syariah indonesia (BSI) menginginkan menjadi top five asset di indonesia dengan memiliki aset lebih dari 500 triliun pada 2025. Untuk saat ini Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki 250 triliun aset.

Untuk mencapai hal tersebut, Bank Syariah Indonesia (BSI) akan memfokuskan pada lima hal diantaranya :

- a. *Distribution of the future*. Jadi Bank Syariah Indonesia akan fokus menata kembali jaringan. Bukan hanya memindahkan, mengurangi, tapi juga akan merubah beberapa pola operasional cabang, sehingga bank memiliki efesiensi yang baik.
- b. Rencana digital banking. Pelayanan untuk nasabah tidak hanya lagi melalui cabang melainkan melalui digital.
- c. *Wholesale* dan *retail banking*. Bisnis ini merupakan bisnis utama dari Bank Syariah indonesia (BSI). Maka dari itu, perseroan akan memperbaiki secara proses, pelayanan, harga. Dengan begitu, nasabah mendapatkan pengalaman terbaik.
- d. Fokus pada *islamic ecosystem* secara masif dan agresif. Dengan adanya fokus ini, perseroan berharap bisa menjadi pembeda antara Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan bank tradisional maupun konvensional lainnya.

- e. Sinergi dengan non-organik. Bank Syariah Indonesia (BSI) menyadari bahwa perseroan memerlukan sinergi melalui pertumbuhan non-organik maupun usaha syariah lain sehingga industri keuangan secara syariah akan tumbuh menjadi lebih besar lagi.

7. Analisis Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*)



Gambar 4.1

Analisis Strategi Bersaing

a. Identifikasi faktor internal dan eksternal

Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal perusahaan dilakukan untuk mengetahui faktor strategis apa saja yang dapat berpengaruh dalam perumusan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Hasil dari identifikasi faktor internal digunakan untuk mengetahui kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki perusahaan sedangkan identifikasi faktor eksternal digunakan untuk mengetahui peluang untuk (*opportunities*) yang dimiliki dan ancaman (*threats*) terhadap perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Molyosari Surabaya, sebagai berikut.

Hasil wawancara dengan Bapak Rahman Suwondo selaku Branch Manager (BM). Bapak Rahman menyatakan:

“Kalau untuk faktor internalnya itu bisa dilihat dari cara pemasarannya, kemudian modal yang dimiliki perusahaan, budaya perusahaan, tanggung jawab karyawan, kemudian dari teknologi juga terutama yang sangat mempengaruhi daya saing perusahaan”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, faktor internal yang teridentifikasi yang dianggap dapat mempengaruhi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari untuk merumuskan strategi bersaing dalam industri Perbankan Syariah di Surabaya Molyosari adalah sebagai berikut:

1) Pemasaran

Hasil wawancara dengan Bapak Rahman Suwondo selaku Branch Manager (BM). Bapak Rahman Suwondo menyatakan:

“Biasanya kami memperkenalkan langsung ke nasabah yang datang ke bank ketika nasabah itu membuka rekening baru, misalnya ketika nasabah ingin membuka rekening baru maka kami juga memperkenalkan produk layanan digitalisasi yang ada di Bank Syariah Indonesia (BSI) seperti mobile banking dan menyebarkan atau memberikan brosur produk-produk pembiayaan yang sudah tertera syarat-syaratnya dan ketentuan angsurannya perbulannya. Selain itu kami juga memasarkan layanan digitalisasi kami melalui social media marketing dan search engine marketing.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa, strategi pemasaran yang dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari ialah melalui komunikasi srtta interaksi secara langsung, sosial media marketing, dan *Search Engine Marketing*. Kelemahan dari pemasaran ini adalah tidak semua nasabah mengerti cara penggunaan dan fungsi dari layanan digitalisasi seperti *mobile banking* dan produk-produk digitalisasi yang ditawarkan. Hal ini merupakan salah satu konsekuensi.

2) Keuangan

Hasil wawancara dengan Bapak Rahman Suwondo selaku Branch Manager (BM). Bapak Rahman Suwondo menyatakan:

“Bank Syariah Indonesia (BSI) ini merupakan gabungan dari tiga Bank Syariah kan iya, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah sama BNI Syariah. Jadi untuk sahamnya sendiri merupakan gabungan dari tiga bank itu, karena BSM merupakan Bank Syariah yang lebih besar sehingga untuk modal sahamnya lebih dominan dari BSM”.

Permodalan dalam Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang pembantu Surabaya Molyosari mendapat *back up* dari Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah dan Bank BNI Syariah. Kekuatan permodalan ini memberikan dampak yang besar dalam hal kemampuan untuk menutup kerugian dan kemampuan untuk melakukan investasi lain. Secara nasional yaitu pada level kantor pusat, Bank

Syariah Indonesia (BSI) telah mendapatkan komitmen dari sejumlah lembaga-lembaga non profit milik pemerintah seperti dana pensiun dan lembaga lain untuk menempatkan dananya di Bank Syariah Indonesia (BSI). Adanya komitmen ini secara langsung dapat semakin mengukuhkan kekuatan permodalan bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang pembantu Surabaya Molyosari.

3) Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor utama bagi keberlangsungan sebuah perusahaan dan yang paling menentukan dalam mengukur tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Hasil wawancara dengan Bapak Rahman Suwondo selaku Branch Manager (BM). Bapak Rahman Suwondo menyatakan:

“Pegawai yang dimiliki Bank Syariah Indonesia (BSI) sekarang ini sudah lengkap dan sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing”.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, SDM yang dimiliki Bank Syariah Indonesia kantor cabang pembantu Surabaya Molyosari saat ini sudah lengkap dan memadai dalam perkembangan pelayanan di Bank Syariah Indonesia (BSI). Disamping itu Bank Syariah Indonesia sudah menyiapkan pelatihan tambahan dari internal BSI untuk mencetak tenaga yang kompeten seperti pelatihan seminar, loka karya yang sifatnya jangka pendek, menengah dan jangka panjang yang diadakan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

4) Budaya Perusahaan

Bank syariah indonesia kantor cabang pembantu Surabaya Molyosari menggunakan nilai-nilai keislaman dalam aspek manajemennya. Semangat yang dibangun sebagai *shared value* adalah aktivitas bisnis berbasis *silaturrahim* yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan. Berapapun hasilnya akan dianggap berkah oleh seluruh *stakeholders* karena sebagai sebagian ibadah kepada Tuhan. Hasil wawancara dengan Bapak Rahman Suwondo selaku Branch Manager (BM). Bapak Rahman Suwondo menyatakan:

“Bank Syariah Indonesia (BSI) ini kan Bank Syariah yang sudah jelas berbasis islam ya, jadi in sha Allah semua karyawannya juga beragama islam. Dan untuk semua aktivitas pekerjaan selalu menggunakan prinsip-prinsip syariah”.

5) Teknologi

Selama ini dalam hal teknologi, perbankan syariah masih sangat tertinggal jika dibandingkan dengan bank konvensional. Hasil wawancara dengan Bapak Rahman Suwondo selaku Branch Manager (BM). Bapak Rahman Suwondo menyatakan:

“Seperti yang bisa dilihat jaman sekarang kan sudah canggih, nah Bank Syariah Indonesia (BSI) ini tidak ingin ketinggalan dengan bank bank yang lain, sehingga terbentuknya Bank Syariah Indonesia

(BSI) ini salah satunya ya untuk mampu meningkatkan kualitas layanannya terutama dalam hal digitalisasi, adapun di sini Bank Syariah Indonesia (BSI) di Molyoari Surabaya sendiri bisa dibilang sudah melengkapi dan canggih teknologinya, serta disebagian kota-kota besar Bank Syariah Indonesia (BSI) ini dalam hal teknologi tidak ketinggalan sama bank yang lain”.

Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah mulai menjalankan serta memanfaatkan teknologi yang ada sebagai salah satu bentuk layanan yang dapat memudahkan nasabah dalam memilih produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari yaitu dengan memulai inovasi baru dengan menghadirkan produk-produk berbasis digitalisasi agar mampu bersaing dengan bank yang lain bahkan lebih baik lagi kedepannya. Untuk membatasi fokus pembahasan dalam Laporan Praktikum Lembaga Keuangan dan Bisni Islam (PLKBI) ini peneliti hanya menggunakan 2 (*dua*) model pendekatan *porter*.

1) Potensi Masuknya Pesaing Baru

Industri Perbankan Syariah di Surabaya Molyosari dalam pandangan *porter (industri persainagn)* merupakan industri yang baru muncul. Hal ini dapat dilihat dari hadirnya bank konvensional yang mengusung kerjasama dengan perusahaan *fintech (financial technology)* yang dipandang dapat memberikan prospek yang lebih menguntungkan dikarenakan layanan produk jasa yang ditawarkan lebih efisien dan memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan yang sesuai dengan kondisi lingkungan yang serba canggih seperti saat ini. Sehingga Bank Syariah Indonesia (BSI) juga bekerjasama dengan fintech untuk meningkatkan layanan produknya dibidang *digitalisasi*. Dengan adanya bank konvensional yang bekerjasama dengan perusahaan *fintech*, dengan demikian pesaing potensial yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari adalah kemungkinan hadirnya bank-bank yang akan membuka layanan perbankan berupa layanan produk berbasis digital. Bapak Rahman suwondo menyatakan:

“Seperti yang saya katakan tadi jaman sekarang sudah canggih bisa dibilang generasi Z dan orang sekarang sudah menginginkan segala hal lebih mudah dan tidak ribet. Untuk iti Bank Syariah Indonesia (BSI) juga berusaha melakukan perkembangan dalam layanan digitalisasinya. Apalagi saat ini sudah banyak perusahaan finansial teknologi yang berkembang, belum juga dari bank lain yang melakukan inovasi baru dalam pengembangan layanan digitalisasinya”.

Fenomena ini yang menyebabkan tidak tertutup kemungkinan adanya bank syariah lain maupun bank konvensional yang akan menawarkan produk digitalisasi yang lebih potensial dari Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu surabaya Molyosari. Kemungkinan tersebut dapat berasal dari bank syariah yang sudah ada maupun munculnya bank syariah baru.

2) Tingkat Revalitas diantara para Pesaing yang Ada (*Rivalry among existing Firms*)

Rivalitas dikalangan pesaing berupa perlombaan untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan dalam industri. Persaingan dapat terjadi karena salah satu atau lebih dari pelaku industri merasakan tekanan atau melihat peluang untuk memperbaiki posisi. Saat ini, pelaku dalam industri perbankan di Surabaya Molyosari ada 13 (tiga belas) bank yang terdiri atas Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Jatim, Bank Mega, PT Bank Maybank, Bank Central Asia (BCA), Bank Bukopin KCP, Bank BTN, CIMB Niaga, Bank danamon, Bank Permata, Bank Benta, dan Bank syariah Indonesia (BSI). Fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah kompetisi dalam industri perbankan yang dibatasi hanya dalam layanan produk digitalisasi saja. Dalam hal ini Bapak Rahman Suwondo menyatakan bahwa:

“Kalau dibandingkan dengan produk *digitalisasi* dari bank konvensional lainnya seperti BCA, Bank Syariah Indonesia (BSI) masih dalam proses pengembangan atau transisi, sebab kalau seperti BCA dan bank lainnya sudah lebih dulu menjalankan layanan digitalisasinya dan tidak mungkin tidak terjadi eror dalam jaringan digitalnya. Untuk itu, agar Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak ketinggalan dengan bank yang lain maka Bank Syariah Indonesia (BSI) juga mulai mengembangkan layanan digitalisasi yang harapan kedepannya akan lebih baik dari bank konvensional lainnya, seperti visi misi Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu menjadi Bank Syariah nomer 1 di Indonesia dan bisa bersaing dengan negara negara lainnya”.

Untuk merespon layanan produk digitalisasi yang dimiliki oleh lembaga keuangan lain agar Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik di Indonesia serta menjadi Top 5 Bank yang paling profitable di Indonesia yang sesuai dengan visi misi Bank Syariah Indonesia (BSI) maka Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Molyosari Surabaya melakukan strategi sebagai berikut:

1) Mempertahankan Pangsa Pasar

Untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada, Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari selalu mencermati strategi yang ditempuh para pesaing kemudian meniru dengan memberikan beberapa kelebihan yang tidak ditawarkan oleh pesaing. Kelebihan yang dimaksud ialah menciptakan inovasi layanan produk digitalisasi yang berbeda dengan lembaga keuangan lain. Misalnya menambahkan fitur fitur produk yang tidak dimiliki lembaga keuangan lain seperti tabungan emas dan cicilan emas.

2) Menarik Nasabah Baru dari Bank Konvensional

Nasabah baru menurut identifikasi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari dapat dikategorikan menjadi 2 (dua) yaitu nasabah dengan pertimbangan rasional ekonomis dan nasabah dengan pertimbangan emosional spritual yaitu faktor religi. Proses penarikan nasabah tipe yang pertama dilakukan dengan memberikan layanan yang fleksible dan

menghemat biaya serta efisiensi waktu yang baik. Untuk nasabah yang kedua, dilakukan dengan memberikan layanan produk digitalisasi sahabat muslim melalui fitur-fitur yang terdapat pada mobile banking.

3) Menambah Lini Produk (*Product Line*)

Strategi dengan menambah lini produk merupakan derivasi dari kekuatan keuangan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Surabaya Mulyosari terkait melakukan investasi baru. Hal sesuai dengan teori peningkatan omset melalui strategi diversifikasi.

b. Layanan Produk Digitalisasi

1) Strategi Pengembangan Produk (*Product Development*)

Strategi pengembangan produk merupakan bagian dari strategi intensif yaitu strategi yang membutuhkan upaya-upaya yang mendalam untuk menaikkan posisi persaingan perusahaan dengan cara memodifikasi atau memperbaiki jasa atau produk yang ada pada saat ini. Hasil wawancara dengan Ibu Ayu Fitriana selaku *Customer Service*. Ibu Ayu menyatakan:

“Dalam melakukan pengembangan produk Bank Syariah Indonesia (BSI) akan menyediakan fitur *paylater* untuk melengkapi layanan digital yang terdapat dalam BSI mobile selain itu kami juga memiliki fitur gadai dan cicilan emas. Jadi nasabah bisa gadai dan cicilan emas lewat mobile banking, BSI juga menyediakan fitur-fitur islami seperti waktu sholat, arah kiblat, zakat, sedekah, dan masih banyak fitur lainnya, klo untuk lengkapnya bisa dilihat langsung lewat aplikasi mobile bankingnya”. Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa, strategi pengembangan produk digitalisasi di Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu menciptakan diferensiasi produk yang terfokus dalam melakukan inovasi terhadap fitur-fitur yang terdapat dalam *mobile banking* terutama layanan digitalisasi yang berbasis syariah.

2) Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan

Kualitas layanan yaitu suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dengan meningkatkan layanan suatu perusahaan bank merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan layanan dan mempertahankan nasabah. Hasil wawancara dengan Ibu Ayu Fitriana selaku *Customer service*. Ibu Ayu menyatakan:

“jadi kalau sekarang itu sudah ada yang namanya *digital banking bot*, jadi untuk melayani nasabah itu nanti bukan lagi dilakuka oleh *teller*, misalnya dalam menabung, setor tunai atau penarikan tunai, nasabah tidak perlu antri ke teller, nasabah hanya perlu mengisi formulir sendiri melalui tablet yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI), tugas teller hanya memberikan penjelasan atau nasehat apabila ada kendala atau hal-hal yang perlu ditanyakan oleh nasabah. Selain itu inovasi yang dilakukan

yaitu dengan memperkuat layanan mobile banking sehingga menjadi super apps yang dapat memenuhi segala kebutuhan nasabah”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa, strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari dalam meningkatkan kualitas pelayanannya yaitu memanfaatkan teknologi dengan menggunakan layanan digitalisasinya serta memperkuat *mobile banking* dengan menambahkan fitur fitur yang dibutuhkan nasabah sehingga menjadi super aplikasi yang dapat memenuhi semua kebutuhan nasabah. Inovasi yang digunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam meningkatkan kualitas layanan dengan menyediakan jasa digitalisasi berupa :

- 1) *BSI Qris* yaitu layanan transaksi dengan scan kode QR yang menggunakan QR code Indonesia Standard (QRIS) Bank Indonesia.
- 2) *BSI Cardless withdrawal* merupakan fitur tarik tunai tanpa kartu ATM BSI maupun outlet Indomaret diseluruh Indonesia menggunakan layanan mobile banking.
- 3) *BSI Aisyah* merupakan chatbot yang dikembangkan dengan memanfaatkan *Teknologi Artificial Intelligence* dan *manchine learning*. Aisyah memanfaatkan *chatting platform* dan memberikan layanan kepada *follower* Aisyah, dengan *segmen millenials*. Adapun *velue proposition* yang ditawarkan adalah *simple, perzonalize, familiar*. Juga yang akan membantu memberikan informasi produk, layanan, dan promo terbaru dari Bank Syariah Indonesia.
- 4) *BSI NET* merupakan layanan internet banking yang di luncurkan BSI untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan berbagai transaksi keuangan secara real-time.
- 5) *BSI Jadi Berkah.id* ialah *platform crowd-funding* untuk zakat, infaq, shadaqoh dan waqaf.
- 6) *BSI Merchant Business* merupakan layanan yang disediakan bank kepada nasabah yang memiliki usaha untuk memberikan kemudahan transaksi pembayaran kartu ATM debit pada pelanggannya.
- 7) *BSI API Platform* merupakan kapabilitas digital berbasis API yang memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan untuk kebutuhan layanan finansial BSI yang terintegrasi kepada seluruh ekosistem bisnis digital yang berkembang saat ini.
- 8) *BSI Smart Agent* merupakan layanan laku pandai (layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif) BSI untuk menyediakan layanan perbankan atau layanan keuangan lainnya yang dilakukan tidak melalui jaringan kantor, namun melalui kerjasama dengan pihak lain dengan didukung oleh sarana teknologi informasi.
- 9) *Know Your Customer-Biometric* yaitu layanan pembukaan tabungan online yang lebih efektif dan efesien tanpa perlu datang ke kantor.

Hasil wawancara dengan Ibu Lutfiah Nur Rumiya sebagai salah satu Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari menyatakan :

“Menurut saya dengan adanya *Mobile Banking* ini saya lebih mudah kalau mau transfer atau cek saldo tidak perlu harus pergi ke bank. Kalau buat isi pulsa atau isi pulsa listrik jadi lebih gampang, bisa langsung dari *M-Banking*. Selain itu juga dilengkapi dengan fitur jadwal sholat sama juz amma yang sangat berguna. Apalagi di BSI ini ada tabungan Haji juga”.

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari memiliki layanan digitalisasi seperti *Mobile Banking* yang memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.

3. Instrumen Wawancara

Dalam instrumen wawancara ini memuat beberapa pertanyaan dan jawaban yang akan menjadi tolak ukur serta indikator keberhasilan Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Surabaya Molyosari pada khususnya dan Bank Syariah Indonesia (BSI) di Indonesia pada umumnya, dalam upaya mewujudkan visi dan misinya menjadi top 10 Bank Syariah global berdasarkan kapilalisasi pasar dalam waktu 5 tahun, serta menjadi top 5 bank di Indonesia berdasarkan aset di tahun 2025 dengan slogan “*Energi Baru Untuk Indonesia*”.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut : Faktor yang dapat menjadikan keunggulan bersaing Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi top 5 (top five asset) di Indonesia berdasarkan kekuatan aset dan visi yakni faktor kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang dimiliki perusahaan. Kekuatan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Surabaya Molyosari antara lain: modal keuangan yang besar dan memiliki budaya pelayanan yang baik dan mencerminkan prinsip kerja yang sesuai dengan syariah Islam. Selain itu juga kualitas maupun kuantitas dalam sektor SDM yang dinilai akan mampu menjalankan dengan baik. Selain itu juga teknologi yang digunakan lebih praktis, efektif dan efisien. Dalam hal ini peluang Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Surabaya Molyosari yaitu memiliki pangsa pasar yang menjanjikan, selain itu adanya teknologi informasi yang semakin berkembang, munculnya perusahaan-perusahaan *filtech* dapat mempermudah Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam mengembangkan produk digitalisasinya. Potensi ancaman bank syariah Indonesia ialah teknologi informasi yang semakin pesat dapat menjadikan pesaing beralih mengembangkan layanan produk digitalisasinya menjadi lebih baik. Munculnya *finansial teknologi* juga dapat menjadi ancaman bagi bank syariah Indonesia apabila suatu saat nanti akan ada bank syariah yang bekerja sama dengan fintech dengan mendirikan bank digital yang secara khusus tanpa mendirikan bangunan fisik. Strategi keunggulan bersaing melalui pelayanan produk digitalisasi bank syariah Indonesia KCP Surabaya

Molyosari sudah berjalan dengan baik dalam hal pemenuhan layanan atas kebutuhan nasabah yang semakin digital. Hal ini dapat dicapai dengan cara mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, dan meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas.

DAFTAR RUJUKAN

- BSI. (2021). BSI MOBILE. [HTTPS://WWW.BANKBSI.CO.ID/PRODUK&LAYANAN/DIGITAL-BANKING/1615975544BSI-MOBILE](https://www.bankbsi.co.id/PRODUK&LAYANAN/DIGITAL-BANKING/1615975544BSI-MOBILE).
- GINANTARA, PURBA, TOJIRI, YUSUF, M., SIREGAR, H., LORA, SUDIRMAN, A., & SISWANTI, I. (2020). *TEKNOLOGI FINANCIAL: SISTEM FINANSIAL BERBASIS TEKNOLOGI DI ERA DIGITAL*. YAYASAN KITA MENULIS.
- GUNAWAN. (2020). *MAHIR MENGUASAI SPSS PANDUAN PRAKTIS MENGOLAH DATA PENELITIAN NEW EDITION*. CV. BUDI UTAMA.
- HIDAYAT, V. A. (2021). *MENYUSUN INSTRUMEN PENELITIAN DAN UJI VALIDITAS*. HELATH BOOKS PUBLIDHING..
- [HTTPS://FINANCE.DETIK.COM/MONETER/D-5059110/LAYANAN-DIGITAL-BANK-TUMBUH-PESAT-DI-TENGAH-PANDEMI](https://finance.detik.com/moneter/d-5059110/layanan-digital-bank-tumbuh-pesat-di-tengah-pandemi).
- KUNAIFI, AANG, DAN NUR SYAM. "BUSINESS COMMUNICATION IN DEVELOPING THE HALAL TOURISM INDUSTRY." *INDONESIAN INTERDISCIPLINARY JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS (IIJSE)* 4, NO. 1 (31 AGUSTUS 2021): 1–17. [HTTPS://DOI.ORG/10.31538/IIJSE.V4I1.1305](https://doi.org/10.31538/iijs.v4i1.1305).
- SAPUTRA, TAUFIK ARIS, AANG KUNAIFI, DAN SITI AZIZAH. "DIVERSIFIKASI PRODUK PENDEKATAN ISLAMIC ETHIC DALAM MENINGKATKAN OMSET BISNIS RETAIL." *CENDEKIA : JURNAL STUDI KEISLAMAN* 7, NO. 1 (2021): 1–16.
- LAUCERENO, F, S. (2020, JUNE). *LAYANAN DIGITAL BANK TUMBUH PESAT DI TENGAH PANDEMI*. *DETIKFINANCE*
- RIBHUNA, (2022). *JURNAL KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH* ISSN (VOLUME 1 NOMOR 1 TAHUN 2022).
- RIYANTO, GALUH PUTRI. *JUMLAH PENGGUNA INTERNET INDONESIA 2021 TEMBUS 202 JUTA, DALAM* [HTTPS://WWW.GOOGLE.COM/AMP/S/AMP.KOMPAS.COM/TEKNO/READ/2021/02/23/16100057/JUMLAH-PENGGUNA-INTERNET-INDONESIA-2021-TEMBUS-202-JIWA](https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-jiwa) DIAKSES TANGGAL 24 FEBRUARI 2022.
- SALEH, (2021). *TREN DIGITAL, BOS BANK SYARIAH INDONESIA BEBERKAN STRATEGINYA*. [HTTPS://WWW.CNBCNINDONESIA.COM/SYARIAH/20210806181152-29266794/TRENDIGITAL-BOS-BANK-SYARIAH-INDONESIA-BEBERKAN-STRATEGINYA](https://www.cnbcnindonesia.com/syariah/20210806181152-29266794/trendigital-bos-bank-syariah-indonesia-beberkan-strateginya)

WAWANCARA DENGAN BAPAK RAHMAN SUWONDO SELAKU BRANCH MANAGER DI PT. BANK SYARIAH INDONESIA TBK. KCP SURABAYA MOLYOSARI PADA TANGGAL 18 FEBRUARI 2022

WAWANCARA DENGAN BAPAK RAHMAN SUWONDO SELAKU BRANCH MANAGER DI PT. BANK SYARIAH INDONESIA TBK. KCP SURABAYA MOLYOSARI PADA TANGGAL 23 FEBRUARI 2022.

WAWANCARA DENGAN IBU AYU FITRIA SELAKU CUSTOMER SERVICE DI PT. BANK SYARIAH INDONESIA TBK. KCP SURABAYA MOLYOSARI PADA TANGGAL 23 FEBRUARI 2022.

WAWANCARA DENGAN IBU LUTFIAH SELAKU NASABAH DI PT. BANK SYARIAH INDONESIA TBK. KCP SURABAYA MOLYOSARI PADA TANGGAL 19 FEBRUARI 2022.

WEBSITE RESMI BANK SYARIAH INDONESIA. 2021. DALAM [HTTPS://WWW.IR-BANKBSI.COM/COMPORATE_HISTORY.HTML](https://www.ir-bankbsi.com/comporate_history.html) DIAKSES TANGGAL 24 FEBRUARI 2022.

WULANDARI, R., & RUSMAHAFI, AULAWI, F. (2020). *MEMBIDIK NASABAH BANK SYAIAH*. NAS MEDIA PUSTAKA