

## **Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif pada Perusahaan Perbankan (PT XYZ)**

**Irna Ningsih<sup>1</sup>, Tias Andarini Indarwati<sup>2</sup>**

Universitas Negeri Surabaya

Email korespondensi: [Irna.22174@mhs.unesa.ac.id](mailto:Irna.22174@mhs.unesa.ac.id), [tiasindarwati@unesa.ac.id](mailto:tiasindarwati@unesa.ac.id)

### ***Abstract***

*Competition in banking is getting tougher, so every company needs to improve the quality of the products and the services they offer, as well as come up with new ideas to stay ahead. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Pandeglang Branch, which is one of the state-owned banks, needs to keep up with changes, both inside and outside the company, by using competitive strategies. With the implementation of appropriate strategic management, BRI can identify new opportunities, manage risks, and increase value for shareholders and other stakeholders. This study aims to analyze internal and external factors and determine the appropriate competitive strategy based on SWOT analysis. The method used is a descriptive method with data collection techniques through direct observation, interviews, questionnaire distribution, and documentation. The analysis results indicate that Bank BRI is in Quadrant I, meaning it is in a “build and grow” condition. The strategies that need to be implemented include market penetration, product development, market development, and vertical integration. With these strategies, Bank BRI is expected to enhance its competitive edge against competitors and achieve its desired objectives.*

**Keywords:** *Bank Rakyat Indonesia; Competitive Strategy; EFE; IFE; SWOT analysis*

### **1. PENDAHULUAN**

Persaingan sektor perbankan memberikan representasi tentang perkembangan sektor perbankan di Indonesia (Wijoyo, 2021). Dalam fungsinya Perusahaan perbankan berfungsi sebagai penghimpun dana dari masyarakat (Purba & Ukas, 2024). Hal tersebut diperjelas melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menyebutkan bahwa bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dengan bentuk simpanan kemudian disalurkan kembali dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka menaikkan taraf hidup banyak rakyat. Dalam jenisnya, bank dibagi menjadi bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat (Undang-Undang RI, 1998). Dengan adanya penyebaran bank diseluruh Indonesia maka setiap bank perlu adanya strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Ahmadi, 2023).

Keberhasilan suatu bank dapat dilihat dari loyalitas nasabahnya. Nasabah yang loyal akan menyebabkan mereka akan terus menggunakan layanan tersebut dan memungkinkan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan layanan bank tersebut (Novri et al., 2025). Untuk menjaga loyalitas nasabah maka perlu adanya manajemen strategi yang efektif. Manajemen strategik merupakan sebuah proses analisis yang melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal organisasi, kemudian penetapan tujuan, perumusan, implementasi strategi, serta evaluasi dan kontrol atas kinerja strategi yang sudah dilakukan. Perencanaan ini tidak hanya melibatkan perencanaan jangka panjang namun juga perubahan lingkungan yang cepat (Gustiawan, 2024).

Strategi yang dapat dilakukan dalam menganalisis faktor internal dan eksternal adalah melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*). Analisis SWOT dalam analisisnya dalam pengembangan strategi bisnis dapat membantu perusahaan dalam merancang rencana yang realistis dan terfokus (Safitri et al., 2024).

Bank Rakyat Indonesia salah satu bank umum yang telah menjadi bagian penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Bank BRI telah siap untuk memenuhi seluruh kebutuhan nasabah, dengan menyediakan produk serta layanan perbankan yang lengkap dan jaringan kerja yang luas. Untuk terus meningkatkan kinerja serta memperkuat persaingan dengan kompetitor maka diperlukan strategi yang efektif. Maka melalui artikel ini, peneliti menganalisis faktor eksternal dan internal PT XYZ melalui judul “Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif pada Perusahaan Perbankan (PT XYZ)” hal ini bertujuan untuk merespon dinamika lingkungan bisnisnya dan merancang strategi-strategi yang relevan dan efektif untuk menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada dalam menghadapi ketatnya persaingan pasar.

## **1.1. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1.1.1. Manajemen Strategi**

Manajemen strategi merupakan sebuah formula terkait implementasi dan evaluasi keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan di masa depan (Sejati, 2015). Menurut Fred R David tujuan Manajemen Strategi adalah memanfaatkan dan membuat kesempatan baru dan berbeda untuk masa depan. Kegiatan utama manajemen strategi terdiri dari perumusan strategis, penerapan strategis, dan penilaian strategis (David, 2011). Manajemen strategi memiliki peran penting untuk pertumbuhan serta keberhasilan sebuah Perusahaan. Dengan melakukan perencanaan, pengorganisasian serta pengarahan sumber daya dengan bijak maka manajemen strategi dapat membantu perusahaan perbankan mengatasi tantangan pasar, memperluas basis pelanggan serta daya saing dalam industri keuangan (Ahmadi, 2023).

### **1.1.2. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan proses mengidentifikasi faktor internal dan eksternal oleh tim manajemen yang memiliki kemungkinan mempengaruhi kinerja perusahaan di masa depan (Safitri et al., 2024). SWOT sebuah metode yang digunakan untuk memperkirakan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam memperkirakan bisnis (Fatimah, 2020). Dalam pembagiannya strengths dan weakness tergabung ke dalam faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan internal yang terjadi di organisasi atau perusahaan. Sementara itu, opportunity dan threats termasuk ke dalam faktor yang dipengaruhi dari lingkungan eksternal. Faktor eksternal lebih luas yakni mencakup hal yang berkaitan dengan kondisi bisnis secara makro, politik, hukum, dan sosial budaya. Sedangkan faktor internal lebih mikro yakni berkaitan dengan sumber daya manusia, marketing keuangan dan semua hal yang berkaitan dengan fungsional perusahaan (Cipta & Hatamar, 2020).

### 1.1.3. Matriks IFE dan EFE

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Enternal Factor Evaluation*) merupakan instrumen strategis yang diterima secara luas untuk menganalisis faktor-faktor organisasi dan lingkungan yang memengaruhi perusahaan dan mengidentifikasi strategi yang paling tepat (Ben-Abdallah et al., 2022). Untuk faktor yang dianalisis, matriks IFE merangkum dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional suatu bisnis sedangkan matriks EFE menganalisis ancaman dan peluang, dengan kata lain EFE meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan persaingan (Piercy & Cravens, 2009). Untuk menyusun matriks IFE dan EFE, dua langkah kunci yang dilakukan adalah pembobotan dan pemberian rating. Pertama, setiap faktor diberi bobot antara 0 (tidak penting) sampai 1 (sangat penting). Kedua, faktor yang sama diberi rating dari 1 (pengaruh sangat lemah) sampai 4 (pengaruh sangat kuat) untuk menilai sejauh mana faktor itu memengaruhi strategi (ayunda putri et al., 2022).

### 1.1.4. Matriks SWOT

Matriks SWOT berfungsi sebagai alat pencocokan yang vital bagi manajer untuk menyusun empat strategi, yakni SO (Strength-Opportunity), WO (Weakness-Opportunity), ST (Strength-Threat), dan WT (Weakness-Threat) (Hidayatullah et al., 2020). Adapun penjelasan terkait empat strategi tersebut adalah (ayunda putri et al., 2022):

1. Strategi S-O (Strength-Opportunities): Strategi ofensif yang memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan dan meraih peluang eksternal sebesar-besarnya.
2. Strategi W-O (Weakness-Opportunities): Strategi transformatif yang bertujuan mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan sumber daya dari peluang yang ada di luar.
3. Strategi S-T (Strength-Threats): Strategi defensif yang menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi, mengurangi, atau menangkal dampak dari ancaman eksternal.
4. Strategi W-T (Weakness-Threats): Strategi survival atau bertahan yang berfokus pada upaya meminimalkan kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman eksternal untuk mengurangi kerugian.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu analisis data yang dilakukan dengan mendeskripsikan atau memaparkan data yang telah terkumpul secara apa adanya, tanpa memiliki tujuan untuk membuat generalisasi atau menarik kesimpulan yang berlaku secara umum. Dengan tujuan untuk mendeskripsikan fakta, sifat, dan hubungan antar fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat. (Sugiyono, 2019).

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah cara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data. penulis menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari kegiatan observasi dan penyebaran kuesioner terbuka kepada 2 pegawai yang secara langsung

melayani nasabah serta 1 nasabah yang menggunakan layanan di Kantor Bank XYZ, hal ini dilakukan untuk mengetahui bobot dan rating dari setiap faktor.

Metode analisis data dalam penelitian ini meliputi:

- a. Analisis EFAS: Penilaian bobot pada faktor eksternal (peluang & ancaman).
- b. Analisis IFAS: Penilaian bobot pada faktor internal (kekuatan & kelemahan).
- c. Analisis SWOT: Perbandingan faktor eksternal dan internal untuk merumuskan strategi yang tepat.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil Identifikasi lingkungan internal Bank XYZ yaitu sebagai berikut:

#### **3.1.Faktor Internal (IFAS)**

##### **3.1.1. Kekuatan (*Strenghts*)**

- a. Jaringan yang luas dan menjangkau pelosok Indonesia  
BRI memiliki cakupan yang jauh melampaui pesaing- pesaingnya di industri perbankan Indonesia. Jaringan ini memungkinkan BRI untuk menjadi bank yang sangat terjangkau bagi masyarakat, terutama di daerah pedesaan dan terpencil yang sulit dijangkau oleh bank-bank lain. Hal ini memperkuat posisi BRI sebagai bank yang berkomitmen pada pelayanan inklusif kepada seluruh lapisan masyarakat, serta memungkinkan bank ini untuk menjalankan misinya sebagai bank pembangunan yang mendukung pertumbuhan ekonomi rakyat.
- b. Inovasi digital berupa aplikasi layanan 24 jam yang mudah digunakan  
Bank BRI terus berinovasi dengan menghadirkan aplikasi BRImo yang bisa digunakan 24 jam penuh, sehingga nasabah bisa bertransaksi kapan saja tanpa harus ke bank. Aplikasi ini dibuat agar mudah digunakan oleh siapa pun. Dengan layanan ini, BRI ingin mendekatkan diri kepada masyarakat dan membuat urusan perbankan jadi lebih mudah.
- c. Memiliki produk layanan brilink yang memudahkan konsumen yang memiliki keterbatasan akses.  
BRI punya layanan bernama BRILink, yang memungkinkan masyarakat tetap bisa bertransaksi meski jauh dari kantor bank. Lewat agen-agen seperti warung atau toko di sekitar tempat tinggal yang sudah menjadi agen brilink, orang bisa tarik tunai, transfer, atau bayar tagihan dengan mudah. Layanan ini sangat membantu, terutama bagi mereka yang tinggal di daerah terpencil atau sulit menjangkau layanan perbankan.
- d. Produk yang di rancang untuk berbagai segmen nasabah  
BRI memiliki berbagai produk yang dirancang untuk menjangkau semua kalangan, mulai dari pelajar, pekerja, hingga pelaku UMKM. Setiap produk disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan masing-masing nasabah, sehingga layanan yang diberikan terasa lebih relevan dan bermanfaat. Dengan cara ini, BRI berupaya memberikan layanan yang adil dan merata bagi seluruh lapisan masyarakat.
- e. Fokus pada pelayanan masyarakat terutama pelaku UMKM

Hal ini tercermin dalam berbagai produk dan layanan yang disediakan oleh BRI, yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan sektor-sektor ini. Dengan memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro dan kecil, BRI dapat memberikan solusi perbankan yang tepat dan mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Fokus ini juga membantu BRI untuk memperluas pangsa pasar di segmen ini dan memperkuat hubungannya dengan pelanggan-pelanggan potensial di sektor mikro dan kecil.

### 3.1.2. Kelemahan (*weakness*)

- a. Alur birokrasi pelayanan yang masih Panjang  
Dalam beberapa kasus, nasabah harus melalui beberapa tahapan atau persyaratan administrasi yang cukup panjang untuk mengakses layanan tertentu, seperti permohonan pemblokiran dan penarikan uang di rekening nasabah yang sudah meninggal dan peralihan dana pensiun. Hal ini dapat menyebabkan proses menjadi lambat dan kurang efisien, terutama bagi nasabah yang membutuhkan layanan cepat.
- b. Dukungan sumber daya manusia kurang merata dan maksimal terhadap pemahaman sistem informasi dan teknologi  
Sumber daya manusia yang belum sepenuhnya merata dalam memahami sistem informasi dan teknologi menyebabkan masih terdapat pegawai maupun nasabah yang belum terbiasa dengan penggunaan teknologi, sehingga beberapa layanan berjalan kurang efisien. Kondisi ini menjadi tantangan nyata di tengah tuntutan perbankan modern yang semakin berbasis teknologi.
- c. Adanya biaya pelayanan terkait produk maupun jasa.  
Dalam memberikan pelayanan, beberapa pelayanan masih memberikan biaya untuk mendapatkannya. Contohnya seperti mencetak rekening koran, setor tunai di bawah 5 juta rupiah, dan pembuatan cek. Setiap pelayanan memiliki biaya yang berbeda.
- d. tingkat kepuasan nasabah yang masih rendah.  
Beberapa nasabah merasa layanan belum sesuai harapan, terutama dari segi kecepatan, kenyamanan, dan penanganan keluhan. Hal ini menunjukkan bahwa masih perlu perbaikan agar pelayanan lebih optimal dan memuaskan.
- e. Kurangnya karyawan yang berkompeten di bidangnya,  
Hal ini terkadang memengaruhi kelancaran pelayanan dan kepercayaan nasabah. Untuk itu, peningkatan kompetensi pegawai perlu menjadi fokus utama ke depan.

## 3.2. Faktor Eksternal (EFAS)

### 3.2.1. Peluang (*opportunity*)

- a. Pertumbuhan UMKM yang mengalami peningkatan  
Pertumbuhan UMKM yang terus meningkat menjadi peluang besar bagi BRI untuk memperluas penyaluran kredit dan layanan keuangan. Sebagai bank yang fokus pada

- sektor ini, BRI dapat semakin menguatkan perannya dalam mendorong ekonomi rakyat melalui pembiayaan dan pendampingan UMKM.
- b. Kebijakan pemerintah yang memberikan izin terkait penyaluran kredit mikro. Kebijakan pemerintah yang mendukung penyaluran kredit mikro menjadi peluang besar bagi BRI untuk memperluas pembiayaan UMKM. Dukungan ini mempermudah akses permodalan bagi pelaku usaha kecil, sehingga BRI dapat semakin aktif mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat.
  - c. Pengembangan layanan perbankan digital yang lebih maju. Pengembangan layanan perbankan digital yang lebih maju menjadi peluang besar bagi BRI untuk meningkatkan efisiensi dan menjangkau lebih banyak nasabah. Melalui inovasi seperti BRImo dan kolaborasi teknologi, BRI dapat memberikan layanan yang lebih cepat, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan zaman.
  - d. Kesadaran masyarakat terutama milenial dan gen z dalam menabung di bank. Kesadaran menabung di kalangan milenial dan Gen Z semakin meningkat, terutama karena mereka ingin mengatur keuangan dan masa depan lebih baik. Hal ini membuka peluang bagi BRI untuk menghadirkan produk tabungan dan investasi digital yang sesuai dengan gaya hidup mereka.
  - e. Ekspansi perusahaan ke luar negeri memudahkan dalam meningkatkan daya saing di pasar global. Ekspansi BRI ke pasar internasional membuka peluang besar untuk meningkatkan daya saing di kancah global. Dengan hadir di luar negeri, BRI dapat memperluas jaringan, menjangkau nasabah baru, dan memperkuat posisi sebagai bank yang mampu bersaing secara internasional. Hal ini juga mendukung pertumbuhan bisnis dan diversifikasi layanan secara lebih luas.

### 3.2.2. Ancaman (*threats*)

- a. Modus penipuan yang megatasnamakan BRI. Modus penipuan yang mengatasnamakan BRI menjadi ancaman serius bagi keamanan nasabah dan reputasi bank. Penipu sering memanfaatkan kepercayaan nasabah dengan cara-cara seperti mengirim pesan palsu atau menghubungi langsung untuk mencuri data pribadi. Oleh karena itu, BRI perlu terus meningkatkan edukasi dan sistem keamanan untuk melindungi nasabah dari risiko tersebut.
- b. Adanya inovasi yang lebih unggul dari perusahaan fintech dan perusahaan perbankan yang menjadi pesaing. Hal ini menjadi ancaman bagi BRI dalam mempertahankan posisi di pasar. Teknologi yang lebih cepat dan layanan yang lebih praktis dapat menarik perhatian nasabah, terutama dari kalangan muda. Untuk itu, BRI perlu terus berinovasi agar tidak tertinggal dalam persaingan digital.
- c. Adanya serangan siber kepada aplikasi digital milik perusahaan,

Hal ini dapat mengganggu layanan dan membahayakan data nasabah. Jika tidak diantisipasi dengan baik, hal ini bisa menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan sistem BRI. Oleh karena itu, penguatan sistem keamanan digital harus menjadi prioritas utama.

- d. Krisis ekonomi dan melemahnya nilai tukar  
Kondisi ini berisiko menurunkan kemampuan nasabah dalam membayar kredit dan mengurangi aktivitas transaksi. Jika tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat memengaruhi kinerja dan profitabilitas perusahaan.
- e. Perubahan regulasi pemerintah yang dapat membatasi kegiatan bisnis  
Berpotensi membatasi ruang gerak dan kegiatan bisnis perusahaan. Kebijakan baru bisa berdampak pada penyaluran kredit, operasional, atau strategi ekspansi. Oleh karena itu, BRI perlu sigap menyesuaikan diri agar tetap dapat bersaing dan berkembang

### 3.3.Matriks IFAS-EFAS

Berdasarkan faktor – faktor internal diatas, analisis lingkungan internal menggunakan tabel IFAS seperti pada tabel berikut :

Table 1 Matriks IFAS

<b>Faktor internal dominan</b> <b><i>STRENGHT</i></b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
Jaringan yang luas dan menjangkau daerah pelosok	0.13	4	0.50
Inovasi digital berupa aplikasi layanan 24 jam yang mudah digunakan	0.13	4	0.50
Memiliki produk layanan brilink yang memudahkan konsumen yang memiliki keterbatasan akses	0.13	4	0.50
Produk yang di rancang untuk berbagai segmen nasabah	0.09	3	0.28
Fokus pada pelayanan masyarakat terutama pelaku UMKM	0.13	4	0.50
Total	0.59	19	2.28
<b><i>WEAKNESS</i></b>	<b>Bobot</b>		<b>Skor</b>
Alur birokrasi pelayanan yang masih Panjang	0.06	2	0.13
Dukungan sumber daya manusia kurang merata dan maksimal terhadap pemahaman sistem informasi dan teknologi	0.06	2	0.13
Adanya biaya pelayanan terkait produk maupun jasa	0.09	3	0.28
Tingkat kepuasan nasabah rendah	0.09	3	0.28
Kurangnya karyawan yang berkompeten di bidangnya	0.09	3	0.28
Total	0.41	13	1.09
Total Keseluruhan	1.00	32	3.38

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan hasil perhitungan matriks total skor bobot faktor internal memberikan hasil rata-rata sebesar 3,38. Bank BRI menunjukkan kekuatan internal yang sangat baik, dengan skor tertinggi (nilai 4) pada beberapa faktor strategis utama yaitu BRI memiliki jaringan operasional yang sangat luas dan mampu menjangkau hingga ke wilayah pelosok, BRI terus melakukan inovasi di bidang digital, dan keberadaan layanan BRILink sebagai perluasan jaringan non-kantor sangat membantu masyarakat yang memiliki keterbatasan

akses terhadap layanan perbankan konvensional. Namun Bank BRI juga perlu memperhatikan kelemahan yang berpotensi menurunkan royalti nasabah.

Berdasarkan faktor – faktor Eksternal diatas, analisis lingkungan eksternal menggunakan tabel EFAS seperti pada tabel berikut:

Table 2 Matriks EFAS

<b>Faktor Eksternal Dominan</b>	<b>Bobot</b>	<b>rating</b>	<b>Skor</b>
<b>OPPORTUNITY</b>			
Pertumbuhan UMKM yang mengalami peningkatan	0.12	4	0.47
Pengembangan layanan perbankan digital yang lebih maju	0.09	3	0.26
Kebijakan pemerintah yang memberikan izin terkait penyaluran kredit mikro	0.12	4	0.47
Kesadaran masyarakat terutama milenial dan gen z dalam menabung di bank	0.09	3	0.26
ekspansi perusahaan ke luar negeri memudahkan dalam meningkatkan daya saing di pasar global	0.12	4	0.47
Total	0.53	18	1.94
<b>THREATS</b>			
	<b>Bobot</b>		<b>Skor</b>
Modus penipuan yang megatasnamakan BRI	0.12	4	0.47
Adanya inovasi yang lebih unggul dari perusahaan fintech dan perusahaan perbankan yang menjadi pesaing	0.09	3	0.26
Adanya serangan siber kepada aplikasi digital milik perusahaan	0.09	3	0.26
Krisis ekonomi dan melemahnya nilai tukar	0.09	3	0.26
Perubahan regulasi pemerintah yang dapat membatasi kegiatan bisnis	0.09	3	0.26
Total	0.47	16	1.53
Total Keseluruhan	1.00	34	3.47

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFE hasil yang di dapatkan sebesar 3,47. Hal ini menunjukkan bahwa BRI menunjukan kekuatan eksternal yang sangat kuat terutama dalam mendukung pertumbuhan dan daya saing perusahaan. Langkah ekspansi internasional memungkinkan BRI untuk memperluas jangkauan bisnisnya, menjangkau nasabah global, serta memperkuat posisi sebagai bank nasional yang kompetitif di pasar regional maupun internasional. Selain itu, ekspansi ini juga membuka peluang diversifikasi pendapatan dan peningkatan reputasi di kancah global. Namun, banyaknya penipuan yang mengatasnamakan BRI menjadi salah satu masalah yang cukup meresahkan dan perlu di tindaklanjuti.

### 3.4.Matriks SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel IFAS dan EFAS maka UKM Kesra Bordir dapat merumuskan strategi yang akan diambil dengan matriks SWOT. Alternatif strategi untuk PT XYZ pada matriks SWOT sebagai berikut:

Table 3 Matriks SWOT

<b>Matriks SWOT</b>
---------------------

<b>Internal</b>	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>	
<b>Eksternal</b>	Jaringan yang luas dan menjangkau daerah pelosok (S1) Inovasi digital berupa aplikasi layanan 24 jam yang mudah digunakan (S2)	Alur birokrasi pelayanan yang masih panjang (W1) Dukungan sumber daya manusia kurang merata dan maksimal terhadap pemahaman sistem informasi dan teknologi (W2) Adanya biaya pelayanan terkait produk maupun jasa (W3)	
	Memiliki produk layanan brilink yang memudahkan konsumen yang memiliki keterbatasan akses (S3) Produk yang di rancang untuk berbagai segmen nasabah (S4) Fokus pada pelayanan masyarakat terutama pelaku UMKM (S5)	Tingkat kepuasan nasabah rendah (W4) Kurangnya karyawan yang berkompeten di bidangnya (W5)	
	<b>Peluang (O)</b>	<b>SO</b>	<b>WO</b>
	Pertumbuhan UMKM yang mengalami peningkatan (O1) Kebijakan pemerintah yang memberikan izin terkait penyaluran kredit mikro (O2) Pengembangan layanan perbankan digital yang lebih maju (O3) Kesadaran masyarakat terutama milenial dan gen z dalam menabung di bank (O4) Ekspansi perusahaan ke luar negeri memudahkan dalam meningkatkan daya saing di pasar global (O5)	Memanfaatkan skala jaringan dengan menyediakan produk dan pelayanan sesuai segmen, baik dari kebutuhan, gaya hidup, usia serta tempat tinggal S1, S2, S3, O4,O5 Menciptakan inovasi digital dengan fitur yang lebih canggih dan terbaru yang mudah di gunakan berbagai segmen (S2,S4,O3) Meningkatkan pelayanan untuk segmen UMKM dengan menawarkan produk dan pelayanan yang lebih banyak dan kemudahan dalam menggunakannya (S5.O1,O2)	Membentuk alur pelayanan yang terstruktur sesuai kebutuhan nasabah baik secara digital maupun secara langsung (W1,W3,W4, O3,O4) Memberikan pendidikan berupa pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan sumber daya manusia yang berkompeten terutama pengetahuan untuk segmen yang difokuskan (W4,O5) Meningkatkan dan memberikan pengetahuan terkait sistem informasi dan teknologi yang sesuai dengan kemajuan teknologi saat ini (W2,W4,O3, O4)
	<b>Ancaman (T)</b>	<b>ST</b>	<b>WT</b>
Modus penipuan yang megatasnamakan BRI (T1) Adanya inovasi yang lebih unggul dari perusahaan fintech dan perusahaan perbankan yang menjadi pesaing (T2)	Meningkatkan pelayanan yang memudahkan nasabah yang memiliki keterbatasan akses dan informasi (S1,S3,S4,S5, T1,T2,T4) Memperbarui dan meningkatkan pelayanan digital dengan inovasi teknologi digital yang lebih modern (S2,S4,T2,T3)	Membuat program pelatihan untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia berkompeten dapat menciptakan inovasi yang dapat bersaing (W2,W5,T2,T3) Meningkatkan dan menciptakan pelayanan yang lebih baik (baik dari segi informasi dan komunikasi maupun keamanan atas program atau produk yang ditawarkan) untuk meningkatkan royaltas nasabah (W1,W4,T1,T3)	

Adanya serangan siber kepada aplikasi digital milik perusahaan	Memperkuat jaringan dan citra perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah (S1,S5,T3,T5)
Krisis ekonomi dan melemahnya nilai tukar	
Perubahan regulasi pemerintah yang dapat membatasi kegiatan bisnis (T3)	

Sumber: Data diolah penulis

### 3.5. Pengambilan Keputusan Alternatif Strategi Pada Analisis SWOT

Berdasarkan nilai total skor dari masing – masing faktor IFAS dan EFAS dapat dirinci sebagai berikut : kekuatan 2.28, kelemahan 1.09, peluang 1.94, dan ancaman 1.53. Untuk mengetahui arah strategi pada PT XYZ, maka dilakukan analisis dengan pengurangan antara jumlah kekuatan dan kelemahan pada sumbu (X), dan pengurangan antara jumlah peluang dan ancaman untuk sumbu (Y). Maka diketahui selisih total skor faktor kekuatan dan kelemahan 1.19, sedangkan selisih total faktor peluang dan ancaman 0.41.

Dari hasil yang tertera dapat disimpulkan bahwa PT XYZ berada pada kuadran 1 yang artinya kuadran dengan strategi agresif. Kuadran I mencerminkan kondisi strategis yang optimal, di mana organisasi memiliki keunggulan internal yang solid didukung oleh lingkungan eksternal yang penuh peluang. Dalam situasi ini, organisasi dapat mengoptimalkan sumber dayanya untuk mengeksplorasi setiap potensi yang tersedia (Haerawan & Magang, 2019). Strategi yang dapat dilakukan yaitu Memanfaatkan skala jaringan dengan menyediakan produk dan pelayanan sesuai segmen, baik dari kebutuhan, gaya hidup, usia serta tempat tinggal, menciptakan inovasi digital dengan fitur yang lebih canggih dan terbaru yang mudah di gunakan berbagai segmen, meningkatkan pelayanan untuk segmen UMKM dengan menawarkan produk dan pelayanan yang lebih banyak dan kemudahan dalam menggunakannya.

## 4. KESIMPULAN

PT XYZ memiliki keunggulan terutama dalam skala jangkauan jaringan yang luas, yang memungkinkan BRI untuk menjangkau lebih banyak nasabah dan meningkatkan pengaruhnya di pasar. Fokus yang kuat pada segmen mikro dan kecil juga menjadi kekuatan, karena BRI telah berhasil meningkatkan akses ke perbankan untuk masyarakat yang memiliki kesulitan akses. Namun tidak hanya itu, BRI juga memiliki kelemahan dalam sumber daya manusia yang masih berkompeten sehingga mengharuskan perusahaan untuk terus mengembangkan potensi Sumber Daya Manusiannya. Dari Segi peluang dan ancaman meningkatnya pertumbuhan UMKM dan banyaknya modus penipuan mengatasnamakan BRI menjadi tantangan tersendiri untuk perusahaan bagaimana cara meningkatkan pelayanan dan produk yang difokuskan untuk UMKM dan menurunkan resiko nasabah yang mengalami penipuan.

Pada perhitungan Matriks IFAS, EFAS, dan Matriks SWOT, mendapatkan hasil bahwa Bank BRI berada pada posisi kuartal I yang artinya berada pada posisi agresif (*build and grow*) dan strategi yang perlu dilakukan yaitu meliputi penetrasi pasar, pengembangan produk,

pengembangan pasar, atau integrasi vertikal. Dan strategi yang dapat dilakukan yaitu Memanfaatkan skala jaringan dengan menyediakan produk dan pelayanan sesuai segmen, baik dari kebutuhan, gaya hidup, usia serta tempat tinggal, menciptakan inovasi digital dengan fitur yang lebih canggih dan terbaru yang mudah di gunakan berbagai segmen, meningkatkan pelayanan untuk segmen UMKM dengan menawarkan produk dan pelayanan yang lebih banyak dan kemudahan dalam menggunakannya.

Berdasarkan temuan penelitian di lapangan, studi ini berhasil dilaksanakan dengan cukup baik. Namun, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui, terutama dalam hal penggunaan analisis SWOT sebagai satu-satunya alat untuk menetapkan strategi kompetitif. Keterbatasan waktu dan sumber daya penelitian juga turut mempengaruhi ruang lingkup analisis. Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan memperkaya sumber referensi dan mempertimbangkan penerapan alat analisis strategis yang lebih komprehensif seperti matriks Space, CPM, BCG, dan Grand Strategy guna memperoleh hasil yang lebih optimal. Selain itu, perluasan objek penelitian ke berbagai sektor usaha lainnya juga direkomendasikan untuk meningkatkan generalisasi temuan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmadi, M. A. (2023). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 15–25. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.167>
- ayunda putri, M., Rahayu, A., & dewi dirgantari, P. (2022). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE (Studi kasus pada bisnis Banjagim.id) (p. 224). <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.20703>
- Ben-Abdallah, R., Shamout, M. D., & Alshurideh, M. (2022). Business Development Strategy Model Using Efe, Ife and Ie Analysis in a High-tech Company: An Empirical Study. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(S2), 1–9.
- Cipta, H., & Hatamar. (2020). Analisis SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah Indonesia. IAIN Syaikh Abdurahman Siddik Bangka Belitung.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management : Concept and Cases*. Pearson Edition.
- Fatimah, F. N. A. (2020). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Gustiawan, D. (2024). *Manajemen Strategik* (I. K. Nusa (ed.)). PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Haerawan, & Magang, Y. H. (2019). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga di PT Impresindo Karya Steel Jakarta-Pusat. *Ilmiah Manajemen Bisnis*, 5(2), 175–189.
- Hidayatullah, A. R., Andesta, D., & Dahda, S. S. (2020). Pendekatan Metode Analisis SWOT Matriks IFE & EFE dan Analitical Hierarchy Process pada Strategi Pemasaran UKM Bu Muzana. *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 1(4), 553–565.
- Novri, F., Kusumawati, R. D., Rahmatika, T., & Sari, S. P. (2025). Pengaruh Human Capital Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Sektor Perbankan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 14–22. <https://doi.org/10.55264/jumabis.v9i1.168>
- Piercy, N. F., & Cravens, D. W. (2009). *Strategic Marketing Ninth Edition*.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Septembfile:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-SM.pdf file:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-SM.pdf 2016).
- Purba, J., & Ukas, U. (2024). Efektivitas Uu No 18 Tahun 1998 Terhadap Jasa-Jasa Perbankan. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i2.8245>
- Safitri, El, Sitorus, & Noviyanti. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140–153. file:///C:/Users/Hari Nugroho/Downloads/MANUHARA+VOL+JULI+2024+HAL+140-153 (3).pdf
- Sejati, R. S. (2015). *Manajemen Strategik*. CV Budi Utama.
- Undang-Undang RI. (1998). *Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Perbankan (UU No.10 Pasal 1 tahun 1998)*.
- Wijoyo, A. N. (2021). *Kajian Persaingan Bank Umum di Indonesia*. Fiskal Kemenkeu. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/kajian/2021/01/08/101700047756377-kajian-persaingan-bank-umum-di-indonesia>