
STRATEGI PENGEMBANGAN BSI SMART AGEN

DI KAB. BONE

Armin^{1*}, Sitti Nikmah Marzuki², Titiek Muthmainnah³

¹²³Institut Agama Islam Negeri Bone

¹arminsaja@gmail.com, ²nikmah.marzuki@gmail.com,

³artitiekmathmainnah22@gmail.com

ABSTRACT

This study analyzes the development strategy of BSI Smart Agents in promoting Islamic financial inclusion in Bone Regency and formulates appropriate development strategies. A qualitative descriptive approach was employed using observation, in-depth interviews, and documentation. Data were analyzed through SWOT analysis to identify internal and external factors influencing agent performance. The findings indicate that BSI Smart Agents have strong potential to expand access to Islamic financial services through digital technology utilization, operational flexibility, and supportive financial inclusion policies. However, development remains constrained by limited working capital, low financial literacy, increasing agent competition, and network infrastructure limitations. The SWOT analysis positions BSI Smart Agents in Quadrant I, suggesting that an aggressive strategy is the most appropriate approach to strengthen the role of agents in supporting sustainable Islamic financial inclusion.

Keywords: *Branchless Banking; BSI Smart Agent; Financial Inclusion; Islamic Banking.*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi pengembangan BSI Smart Agen dalam mendorong inklusi keuangan syariah di Kabupaten Bone serta merumuskan strategi pengembangannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja agen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI Smart Agen memiliki potensi besar dalam memperluas akses layanan keuangan syariah melalui pemanfaatan teknologi digital, fleksibilitas operasional, dan dukungan kebijakan inklusi keuangan. Namun, pengembangan layanan masih menghadapi keterbatasan modal kerja, rendahnya literasi keuangan masyarakat, persaingan antaragen, serta kendala infrastruktur jaringan. Analisis SWOT menempatkan BSI Smart Agen pada Kuadran I, yang menunjukkan bahwa strategi agresif merupakan pendekatan paling tepat untuk memperkuat peran agen dalam mendukung inklusi keuangan syariah.

Kata Kunci: *Branchless Banking; BSI Smart Agent; Inklusi Keuangan; Perbankan Syariah;*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi mendorong perbankan syariah untuk berinovasi dalam memperluas akses layanan keuangan, khususnya bagi masyarakat yang sulit menjangkau kantor cabang. Melalui pemanfaatan teknologi digital, bank syariah menghadirkan layanan yang lebih mudah, efisien, dan sesuai dengan prinsip islam. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah Agen BSI Smart yang memungkinkan masyarakat, terutama di wilayah pedesaan, memperoleh

layanan perbankan seperti tarik tunai, transfer, pembelian pulsa, dan pembayaran tagihan tanpa harus datang ke kantor bank. (Raisya, 2024)

Program BSI Smart Agent, memiliki keunggulan dalam meningkatkan akses keuangan bagi masyarakat dengan tingkat pendidikan dan pendapatan terbatas. Program ini tidak hanya diterapkan di pedesaan, tetapi juga dikembangkan di wilayah perkotaan. Pada Bank Syariah Indonesia, BSI Smart Agent diharapkan menjadi sarana utama dalam mendorong peningkatan inklusi keuangan syariah secara nasional. (Ridha, 2023)

BSI Smart merupakan bagian dari layanan digital banking Bank Syariah Indonesia yang memanfaatkan teknologi *Electronic Data Capture* (EDC), Mini ATM, dan aplikasi BSI Mobile sebagai media transaksi perbankan secara *real time*. Konsep *branchless banking* ini memanfaatkan jaringan internet, teknologi informasi yang ada, tingginya penggunaan telepon genggam, serta kerja sama dengan agen lokal untuk menjangkau wilayah yang lebih luas. Pengembangan BSI Smart Agent sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam RPJMN 2025–2029 yang menargetkan peningkatan inklusi dan literasi keuangan. Secara nasional, hingga Maret 2024 jumlah agen BSI telah mencapai 91 ribu agen dengan total 5,7 juta transaksi dan volume transaksi sebesar Rp13,2 triliun, yang menunjukkan peran strategis agen dalam mendukung akses keuangan masyarakat. (BSI, 2024)

Di Kabupaten Bone, perkembangan BSI Smart Agent menunjukkan tren yang positif. Berdasarkan wawancara dengan *Retail Sales Executive* BSI Agen Cabang Bone pada 23 Mei 2025, jumlah agen terdaftar mencapai 121 agen, dengan sekitar 70 agen aktif beroperasi. Jumlah ini meningkat signifikan dari sekitar 90 agen pada Januari 2025, dengan sekitar 50 agen tersebar di wilayah Kota Watampone, yang menunjukkan perluasan jangkauan layanan BSI Smart di daerah tersebut.

Penelitian sebelumnya mengenai *branchless banking* pada Bank Muamalat menunjukkan bahwa layanan keagenan memiliki peluang besar dalam memperluas akses keuangan masyarakat, namun masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi keuangan, kurangnya sosialisasi, serta keterbatasan infrastruktur pendukung (Medina, 2021). Meskipun demikian, penelitian tersebut masih berfokus pada bank syariah tertentu dan belum mengkaji secara spesifik BSI Smart Agent yang memiliki karakteristik

kelembagaan serta mekanisme operasional yang berbeda, terutama dalam konteks daerah.

Kajian penelitian terdahulu menunjukkan bahwa berbagai studi telah membahas Bank Syariah Indonesia, branchless banking, dan inklusi keuangan syariah dari beragam perspektif. Penelitian (Adri, 2021) menyoroti peluang dan tantangan BSI pasca merger, (Ridha, 2023) menekankan kontribusi BSI Smart Agen terhadap inklusi keuangan, (Imam Abdul Azis & Muhammad Rizaldi, 2024) mengkaji faktor keputusan UMKM menjadi agen, (Sulistiyarningsih & Shultan, 2021) membahas potensi BSI secara makro. Meskipun relevan, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji strategi pengembangan BSI Smart Agen pada konteks daerah.

Berdasarkan kondisi tersebut, perkembangan BSI Smart Agent di Kabupaten Bone memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah di tingkat lokal. Namun, keberhasilan implementasi program ini sangat bergantung pada kemampuan agen dalam memberikan edukasi kepada masyarakat, menjaga kualitas layanan, serta mengatasi berbagai kendala teknis di lapangan. (Ismail, 2019) Oleh karena itu, penelitian ini mengambil posisi untuk mengkaji strategi pengembangan BSI Smart Agent di Kabupaten Bone guna mendukung penyediaan layanan keuangan syariah yang lebih efektif dan berkelanjutan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Inklusi Keuangan

Disadur dari *Global Financial Inclusion Index*, inklusi keuangan dimaknai sebagai kepemilikan dan penggunaan rekening pada lembaga keuangan formal, yang tercermin dari aktivitas menabung, penarikan, transfer, dan pinjaman dalam periode tertentu. (Asli Demirguc-Kunt, Leora Klapper, Dorothe Singer, 2015) Sejalan dengan itu, Otoritas Jasa Keuangan melalui POJK Nomor 76/POJK.07/2016 mendefinisikan inklusi keuangan sebagai ketersediaan akses terhadap lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan. (Otoritas Jasa Keuangan, 2016)

Dari perspektif akademik, Demirguc-Kunt dan Klapper menekankan inklusi keuangan sebagai penyediaan akses jasa keuangan yang luas tanpa

hambatan harga maupun non harga, (Asli Demirguc-Kunt, Leora Klapper, Dorothe Singer, 2015) sementara Ozili menegaskan pentingnya akses tersebut bagi seluruh lapisan masyarakat, khususnya kelompok miskin dan terpinggirkan. (Ozili, 2020) Berdasarkan sintesis tersebut, inklusi keuangan dapat dipahami sebagai kondisi ketika masyarakat memiliki akses dan kemampuan berkelanjutan dalam memanfaatkan layanan keuangan formal secara adil dan layak.

B. Strategi Nasional Keuangan Inklusif

Dokumen SNKI, Strategi Nasional Keuangan Inklusif merupakan kerangka kebijakan nasional yang memuat tujuan, sasaran, dan target keuangan inklusif dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi, pengentasan kemiskinan, serta pengurangan kesenjangan. SNKI juga berfungsi sebagai pedoman sinergi kebijakan pusat dan daerah serta keterkaitannya dengan agenda pembangunan berkelanjutan (SDGs).

SNKI dibangun atas lima pilar utama, yaitu edukasi keuangan, hak properti masyarakat, fasilitasi intermediasi dan saluran distribusi, layanan keuangan sektor pemerintah, serta perlindungan konsumen, yang didukung oleh fondasi regulasi, infrastruktur teknologi, dan mekanisme implementasi yang efektif. (OJK, 2017) Kerangka ini relevan dalam membaca peluang pengembangan layanan keagenan sekaligus mengidentifikasi tantangan literasi, perlindungan konsumen, dan kesiapan infrastruktur.

C. *Branchless Banking* (Laku Pandai) dan BSI Smart Agen

Branchless banking merupakan layanan keuangan yang disediakan di luar kantor cabang bank dengan memanfaatkan agen sebagai perantara serta dukungan teknologi informasi seperti *terminal card reader point-of-sale* (POS) dan ponsel. Konsep ini bertujuan untuk menghemat biaya operasional, meningkatkan kenyamanan, serta memperluas akses layanan keuangan, khususnya bagi masyarakat yang belum terlayani oleh lembaga keuangan formal. Di Indonesia, *branchless banking* menjadi bagian dari Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) dan diatur melalui regulasi Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan sebagai upaya mendukung inklusi keuangan. (Hakim, 2021)

Secara konseptual, *branchless banking* tidak hanya dimaknai sebagai bank tanpa cabang, tetapi sebagai strategi distribusi layanan keuangan di luar kantor bank melalui kerja sama dengan pihak non-bank dan pemanfaatan teknologi. Inovasi ini memungkinkan bank menjangkau masyarakat secara lebih luas dengan layanan keuangan yang sederhana, mudah dipahami, dan efisien. (Medina, 2021)

BSI Smart merupakan implementasi layanan Laku Pandai Bank Syariah Indonesia dalam mendukung keuangan inklusif. Layanan ini disediakan melalui kerja sama dengan agen yang didukung teknologi digital seperti aplikasi dan mesin EDC untuk melayani berbagai transaksi, termasuk pembukaan rekening, setoran, tarik tunai, pembayaran, dan pembelian. BSI Smart dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang belum terjangkau layanan perbankan, termasuk di Kabupaten Bone, sekaligus mendukung program pemerintah seperti penyaluran bantuan sosial. (Muliani, 2023)

D. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi tentang tindakan individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumen dibimbing oleh nilai etika, termasuk anjuran untuk menghindari konsumsi berlebihan dan perilaku yang hanya didorong oleh keinginan. (Nassè, 2021)

Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen meliputi budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Budaya membentuk nilai dan pola perilaku dasar, faktor sosial mencakup kelas sosial, keluarga, serta peran dan status, faktor pribadi berkaitan dengan usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian, sedangkan faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap (Feky Reken, Erdawati, Sri Rahayu, Hemdri Herman, Virna Sulfitri, Hermanto, Lia Suprihartini, Ni Kadek Dessy Hariyanri, 2024).

Proses pengambilan keputusan konsumen umumnya melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, serta

pembelian dan hasilnya. Proses ini menentukan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen berdasarkan kesesuaian antara harapan dan hasil yang diperoleh (Razak, 2016). Selain itu, Masyarakat Kab. Bone juga telah terbiasa dalam bertransaksi menggunakan layanan digital BSI (Pramudita et al., 2025).

E. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi suatu organisasi. Analisis ini bertujuan membantu organisasi memahami posisi dan kondisi yang dimiliki saat ini, sehingga dapat memaksimalkan kekuatan, memperbaiki kelemahan, serta memanfaatkan peluang untuk mencapai tujuan dan meningkatkan kinerja secara berkelanjutan. (Hasbullah Hasbullah, Jakfat Haekal, Pundi Rinti Prayogi, 2021)

Analisis SWOT terbagi ke dalam dua dimensi, yaitu internal dan eksternal. Analisis internal berfokus pada kekuatan dan kelemahan yang berasal dari dalam organisasi, seperti sumber daya, proses kerja, dan teknologi. Analisis eksternal menelaah peluang dan ancaman yang bersumber dari lingkungan luar, termasuk kondisi pasar, persaingan, regulasi, serta perkembangan ekonomi dan teknologi.

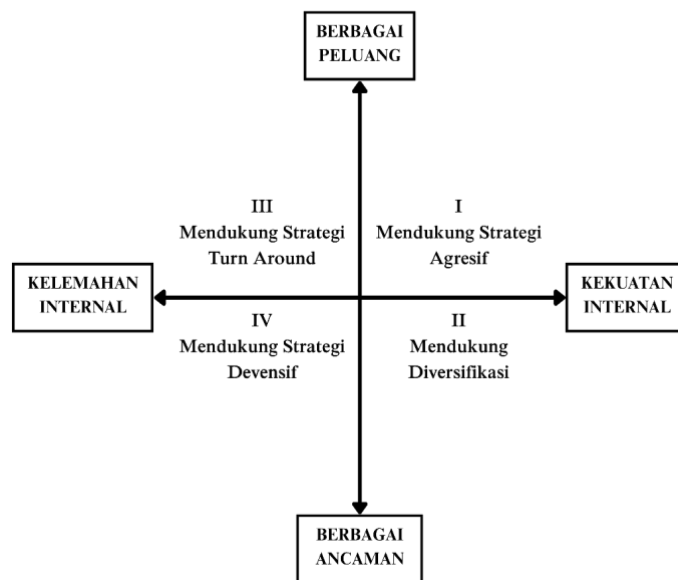
Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal yang mencerminkan keunggulan dan keterbatasan organisasi, sedangkan peluang dan ancaman berasal dari faktor eksternal yang dapat mendorong kemajuan atau menimbulkan hambatan. Pemahaman yang tepat terhadap keempat unsur tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang realistis, adaptif, dan berorientasi pada pengembangan organisasi. (Wijayati, 2019)

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif, yang bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi pengembangan Agen BSI Smart dalam konteks operasional dan lingkungan sosialnya. (Wati et al., 2022)

Penelitian dilaksanakan pada Agen BSI Smart yang berlokasi di Kabupaten Bone dengan melibatkan agen dan nasabah sebagai subjek penelitian. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara terstruktur, serta kuesioner tertutup, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi terhadap laporan, literatur ilmiah, dan sumber tertulis lain yang relevan. Pemilihan subjek dilakukan secara purposif berdasarkan keterkaitan langsung dengan fokus penelitian. (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023)

Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Tahapan analisis meliputi penyusunan Matriks IFAS dan EFAS untuk menentukan bobot dan skor faktor strategis, yang selanjutnya dipetakan ke dalam Matriks SWOT dan Diagram Cartesius. Hasil analisis digunakan sebagai dasar perumusan alternatif strategi yang bersifat aplikatif dan relevan bagi pengembangan Agen BSI Smart secara berkelanjutan. (Suryatman et al., 2021)



Gambar 1. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Sumber: Rangkuti (2011)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Bone merupakan wilayah dengan karakteristik geografis yang luas dan sebaran penduduk yang tidak merata, sehingga kebutuhan terhadap layanan keuangan yang mudah diakses menjadi sangat signifikan. Hingga pertengahan tahun 2025, jumlah BSI Smart Agen yang terdaftar di Kabupaten Bone mencapai 121 agen, namun hanya sekitar 70 agen yang tercatat aktif beroperasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun minat menjadi agen cukup tinggi, keberlanjutan operasional masih menghadapi berbagai dinamika. Penelitian ini difokuskan pada tujuh agen yang tersebar di empat kecamatan dengan karakteristik perkotaan dan pedesaan, sehingga mampu memberikan gambaran empiris mengenai kondisi aktual BSI Smart Agen di Kabupaten Bone.

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa keberadaan BSI Smart Agen memiliki peran strategis dalam memperluas akses layanan perbankan syariah, khususnya bagi masyarakat yang jauh dari kantor cabang. Agen menyediakan layanan inti seperti tarik dan setor tunai, transfer dana, serta pembayaran berbagai tagihan. Layanan tersebut dinilai sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari dengan waktu dan biaya yang lebih efisien. Temuan ini menegaskan fungsi agen sebagai perpanjangan tangan bank dalam mendukung inklusi keuangan syariah di tingkat daerah. (Asli Demirguc-Kunt, Leora Klapper, Dorothe Singer, 2015)

Dari aspek faktor *internal*, sistem dan teknologi merupakan kekuatan utama BSI Smart Agen. Seluruh agen telah dilengkapi dengan mesin *Electronic Data Capture* (EDC), aplikasi BSI Smart Agent, serta perangkat pendukung lain seperti *smartphone* dan jaringan internet. Teknologi ini memungkinkan transaksi dilakukan secara real time dan relatif aman. Meskipun beberapa agen menyampaikan adanya gangguan sistem atau jaringan internet, kendala tersebut bersifat insidental dan tidak berlangsung lama. Dengan demikian, kesiapan teknologi dapat dikategorikan sebagai *strength* yang mendukung kelancaran operasional agen.

Aspek hubungan sosial juga menunjukkan hasil yang positif. Agen mampu membangun kepercayaan masyarakat melalui pelayanan yang ramah, cepat, dan transparan. Hubungan sosial yang baik mendorong loyalitas nasabah dan meningkatkan intensitas transaksi harian. Dalam konteks perbankan syariah,

hubungan ini tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai amanah dan kejujuran yang menjadi prinsip utama. Oleh karena itu, kualitas interaksi sosial antara agen dan masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan operasional BSI Smart Agen.

Namun demikian, dari sisi kondisi kerja, ditemukan beberapa keterbatasan yang menjadi kelemahan internal. Fleksibilitas waktu kerja memang memberikan keuntungan bagi agen, tetapi keterbatasan modal kerja (*float*) menjadi kendala paling dominan. Keterbatasan ini sering menghambat agen dalam melayani transaksi tarik tunai dengan nominal besar, terutama pada periode tertentu seperti akhir bulan. Selain itu, regulasi teknis seperti kewajiban penggunaan Nomor Induk Kependudukan (NIK) serta keterbatasan kartu ATM berchip di masyarakat juga memperlambat proses transaksi.

Kapasitas pengetahuan agen menjadi aspek lain yang perlu mendapatkan perhatian serius. Sebagian besar agen mengaku belum pernah mendapatkan pelatihan formal terkait produk perbankan syariah maupun literasi digital secara komprehensif. Agen hanya dibekali pelatihan dasar penggunaan EDC dan mekanisme bagi hasil. Kondisi ini berpotensi membatasi kemampuan agen dalam memberikan edukasi yang tepat kepada nasabah serta menjelaskan prinsip-prinsip perbankan syariah. (Saputra, 2022) Dalam analisis SWOT, keterbatasan kompetensi sumber daya manusia ini dikategorikan sebagai *weakness* yang dapat menghambat pengembangan layanan. (Rangkuti, 2011)

Dari sisi faktor *eksternal*, kebutuhan pasar terhadap layanan BSI Smart Agen tergolong tinggi. Layanan *transfer* dan tarik tunai menjadi layanan paling dominan digunakan masyarakat. Rata-rata volume transaksi harian agen berada pada kisaran 6-7 transaksi per hari, dengan variasi antarwilayah. Agen yang beroperasi di wilayah dengan kepadatan penduduk dan aktivitas ekonomi tinggi cenderung memiliki volume transaksi lebih besar. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan agen mampu menjawab kebutuhan riil masyarakat terhadap layanan keuangan dasar, terutama dalam transaksi non tunai dan pengambilan dana. (Ivatury & Mas, 2008)

Dukungan eksternal dari pihak Bank Syariah Indonesia melalui pendampingan *Relationship Sales Executive* (RSE) menjadi peluang strategis yang signifikan. Pendampingan rutin membantu agen dalam memantau kinerja,

menyelesaikan kendala teknis, serta menjaga standar operasional. Namun, penelitian ini juga menemukan minimnya dukungan dari pemerintah daerah dan lembaga eksternal lainnya. Kurangnya sinergi lintas lembaga ini berpotensi menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan edukasi dan penguatan agen di tingkat lokal. (Rangkuti, 2011)

Aspek kompetisi pasar menjadi tantangan eksternal yang tidak dapat diabaikan. Agen BSI Smart menghadapi persaingan dengan agen bank konvensional dan lembaga keuangan digital lainnya. Rendahnya tingkat penggunaan rekening BSI di beberapa wilayah menyebabkan masyarakat lebih memilih bertransaksi melalui agen bank lain. Kondisi ini menuntut BSI Smart Agen untuk meningkatkan diferensiasi layanan serta memperkuat promosi dan literasi perbankan syariah.

Berdasarkan hasil analisis, kekuatan utama BSI Smart Agen terletak pada kemudahan akses layanan digital melalui EDC, smartphone, dan aplikasi BSI Smart, dukungan teknologi operasional, serta fleksibilitas waktu kerja agen yang secara keseluruhan memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja. Pendampingan rutin oleh Relationship Sales Executive (RSE) dan potensi penghasilan tambahan juga menjadi faktor pendukung penting. Total bobot kekuatan mencapai 0,58 dengan skor pembobotan 2,46, yang menunjukkan dominasi faktor positif dalam lingkungan internal agen.

Di sisi lain, kelemahan internal masih menjadi hambatan pengembangan layanan, terutama keterbatasan modal kerja agen, gangguan teknis jaringan dan mesin EDC, rendahnya literasi masyarakat terhadap produk BSI Smart, keterbatasan promosi, serta regulasi transaksi tertentu. Total bobot kelemahan sebesar 0,42 dengan skor pembobotan 0,91. Meskipun demikian, skor total IFAS sebesar 3,37 menegaskan bahwa kondisi internal BSI Smart Agen tergolong kuat, namun memerlukan peningkatan modal kerja dan literasi produk guna mengoptimalkan kinerja agen secara berkelanjutan.

Tabel Ringkasan Matriks IFAS

Komponen	Skor
Kekuatan (Strengths)	2,46
Kelemahan (Weaknesses)	0,91
Total IFAS	3,27

Sumber: Data primer hasil wawancara dengan agen BSI Smart (2025) yang diolah oleh peneliti

Matriks EFAS menunjukkan bahwa BSI Smart Agen memiliki peluang eksternal yang kuat, terutama dari pasar potensial di wilayah pedesaan dan perkotaan yang belum terlayani perbankan syariah, dukungan kebijakan keuangan inklusif, serta meningkatnya literasi keuangan digital dan kebutuhan transaksi non-tunai. Total skor peluang mencapai 1,91 dengan bobot 0,46, yang mencerminkan prospek pengembangan layanan yang sangat baik dari sisi lingkungan eksternal. Di sisi lain, agen menghadapi sejumlah ancaman, antara lain persaingan dengan agen bank lain dan lembaga keuangan digital, rendahnya kepemilikan rekening BSI di beberapa wilayah, gangguan eksternal seperti listrik dan jaringan internet, serta keterbatasan dukungan dari lembaga eksternal. Total skor ancaman sebesar 1,15 dengan bobot 0,46. Secara keseluruhan, skor EFAS sebesar 3,06 menunjukkan kondisi eksternal yang relatif menguntungkan, namun tetap memerlukan strategi antisipatif agar ancaman tidak menghambat pertumbuhan BSI Smart Agen.

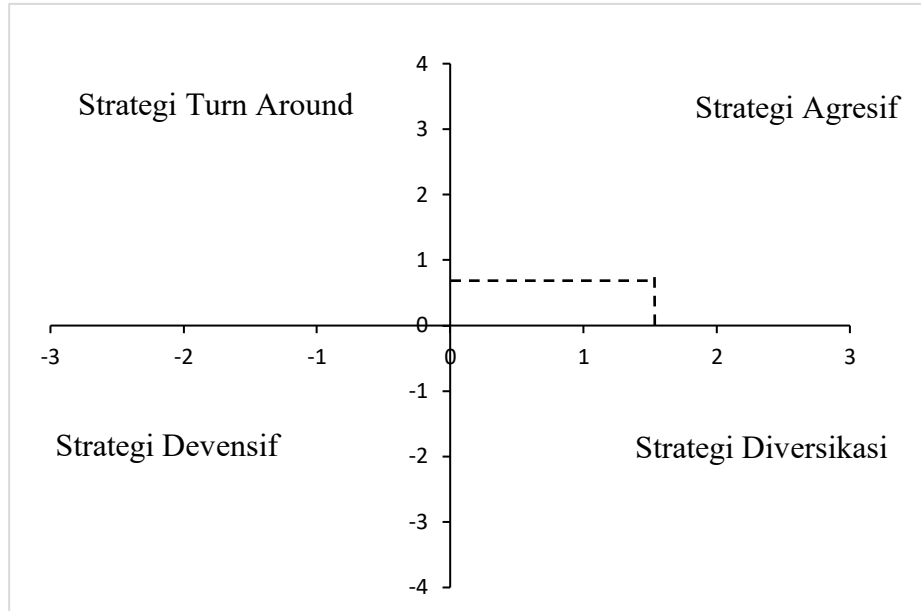
Tabel Ringkasan Matriks EFAS

Komponen	Skor
Peluang (Opportunities)	1,91
Ancaman (Threats)	1,15
Total EFAS	3,06

Sumber: Data primer hasil wawancara dengan agen BSI Smart (2025) yang diolah oleh peneliti

Pemetaan hasil IFAS dan EFAS ke dalam Diagram Cartesius SWOT menempatkan BSI Smart Agen pada Kuadran I, yang menunjukkan kondisi kekuatan internal dan peluang eksternal yang tinggi. Posisi ini mengindikasikan bahwa strategi agresif (*growth strategy*) merupakan strategi yang paling tepat untuk diterapkan. Strategi ini mencakup ekspansi jaringan agen, peningkatan kapasitas dan kompetensi agen, optimalisasi teknologi digital, serta penguatan promosi dan literasi keuangan syariah. Dengan strategi tersebut, BSI Smart Agen di Kabupaten Bone berpotensi

tumbuh secara berkelanjutan dan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan inklusi keuangan syariah di tingkat daerah.



Gambar 2. Diagram Cartesius

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI Smart Agen di Kabupaten Bone memiliki potensi kuat dalam mendukung inklusi keuangan syariah melalui pemanfaatan teknologi digital, kemudahan layanan, fleksibilitas operasional, dan pendampingan RSE. Meski demikian, pengembangan agen masih menghadapi kendala berupa keterbatasan modal kerja, promosi yang belum optimal, serta kesenjangan kemampuan teknologi di beberapa wilayah, di tengah peluang dari meningkatnya literasi keuangan, dukungan kebijakan, dan kemajuan teknologi.

Berdasarkan analisis SWOT, BSI Smart Agen berada pada Kuadran I, sehingga diperlukan strategi agresif berupa penguatan jaringan dan kompetensi agen, peningkatan keamanan transaksi, serta intensifikasi promosi dan edukasi keuangan syariah agar kinerja agen meningkat dan manfaatnya dirasakan secara berkelanjutan oleh masyarakat.

B. Saran

Bank Syariah Indonesia (BSI) memperkuat pembinaan dan pelatihan digital bagi agen, meningkatkan promosi serta literasi keuangan syariah, dan memastikan keamanan serta dukungan teknis operasional. Agen BSI Smart diharapkan terus meningkatkan kompetensi dan kualitas pelayanan serta memperluas jaringan nasabah, sementara pemerintah dan regulator perlu memperkuat dukungan kebijakan dan sinergi lintas lembaga guna mendorong perluasan inklusi keuangan syariah, khususnya di wilayah yang belum terlayani secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri, M. S. (2021). *Analisis Peluang dan Tantangan PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Konversi dan Merger*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Asli Demirguc-Kunt, Leora Klapper, Dorothe Singer, P. V. O. (2015). *The Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion around the World* (Issue April).
- BSI. (2024). *BSI Cetak Laba Impresif Rp1,71 Triliun Hingga Maret 2024*.
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-cetak-laba-impresif-rp171-triliun-hingga-maret-2024>.
- Feky Reken, Erdawati, Sri Rahayu, Hemdri Herman, Virna Sulfitri, Hermanto, Lia Suprihartini, Ni Kadek Dessy Hariyanri, M. R. T. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (M. M. Dr. Mohamad Gita Indrawan, S.T. (ed.)). CV. Gita Lentera.
- Hakim, A. (2021). *APLIKASI LAKU PANDAI (BRANCHLESS BANKING) Dalam Sistem Perbankan Syariah Indonesia*.
- Hasbullah Hasbullah, Jakfat Haekal, Pundi Rinti Prayogi, D. E. A. P. (2021). Business Development Strategy Using SWOT Analysis Method in Culinary Industry. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3), 53–61.
- Imam Abdul Azis, & Muhammad Rizaldi. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Bermitra Menjadi Agen Bsi Smart. *Jurnal Perbankan Syariah*, 10(1), 59.
- Ismail. (2019). *Perbankan Syari'ah*.
- Ivatury, G., & Mas, I. (2008). The Early Experience with Branchless Banking. *CGAP*

Focus Note, 40, 1.

- Medina, E. (2021). *Analisis Peluang Dan Tantangan Branchless Banking Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Medan Balai Kota*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Muliani, R. (2023). Analisis Dampak Layanan Jasa Transfer Tunai BSI Smart pada Masyarakat di Kecamatan Mutiara Timur Kabupaten Pidie. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII (Issue I)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH.
- Nassè, D. T. B. (2021). the Concept of Consumer Behavior: Definitions in a Contemporary Marketing Perspective. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 3(8), 303–307.
<https://doi.org/10.51594/ijmer.v3i8.253>
- OJK. (2017). *Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI)*. Strategi Nasional Keuangan Inklusif.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76 /POJK.07 /2016 Tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat. In *Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia (Vol. 53, Issue 9)*.
- Ozili, P. K. (2020). Theories of Financial Inclusion. *Uncertainty and Challenges in Contemporary Economic Behaviour*, 89–115. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-095-220201008>
- Pramudita, Z. A., Shiddiq, M. H. A., & Shadriyah, S. (2025). Determinan Faktor Penggunaan QRIS pada BSI Mobile. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 493–507. <https://doi.org/10.30640/JUMMA45.V4I2.5109>
- Raisya Salsabila Zuhri M Nawawi Tuti Angraini. (2024). *Strategi Agen BSI Smart Dalam Memberikan Layanan Kepada*. 8(3), 969–984.
<https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.27854>
- Rangkuti, F. (2011). *SWOT Balanced Scorecard* (Sukoco (ed.)). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, H. M. (2016). *Prilaku Konsumen* (Issue February).
- Ridha, M. (2023). Analisis Tingkat Inklusi Keuangan Syariah pada Layanan BSI Smart Agent di Kota Banda Aceh. In *Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh (Vol. 13, Issue 1)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Saputra, M. A. (2022). Pengaruh Customer Engagement, Brand Trust, dan E-Service Quality terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai variabel intervening pada pengguna Spotify Premium. *Universitas Putra Bangsa*, 1–6.
- Sulistiyaningsih, N., & Shultan, S. T. A. (2021). Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional. *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 24(1), 33–58.
<https://doi.org/10.15642/alqanun.2021.24.1.33-58>
- Suryatman, Kosim, & Samudra. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43.
<https://doi.org/10.31000/jim.v6i1.4117>
- Wati, T., Putri Anjani, H., Rukmiati, L. I., Fransiska Sinaga, L., Minallah, N., Nirawati, L., & Samsudin, A. (2022). Manajemen Keuangan Dalam Perusahaan. *Journal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 5(1), 50–55.
- Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis: Jangan Buat Strategi Bisnis Sebelum Baca Buku Ini*. Anak Hebat Indonesia.