

## ABSTRAK

Platform digital membawa perubahan dalam strategi pembangunan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Dalam hal ini, platform digital memiliki peran krusial dalam memberikan nilai tambah bagi banyak perusahaan dengan memberikan kesempatan untuk meningkatkan pengelolaan informasi secara efektif. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan *digital platform* Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share* dan mengetahui strategi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share* melalui pemanfaatan *digital platform*. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *digital platform* Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share* dilakukan dengan kemudahan dalam pembukaan rekening secara *online*, peningkatan layanan digital, kenyamanan dan aksesibilitas, efisiensi biaya dan keuntungan operasional, pengalaman pelanggan yang ditingkatkan, peningkatan basis pelanggan dan jangkauan pasar, peningkatan keamanan dan meningkatkan kinerja BSI. Strategi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan *market share* melalui pemanfaatan *digital platform* berdasarkan analisis SWOT terdapat 20 strategi alternatif yang dapat dilakukan yaitu 5 (lima) Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) untuk meraih peluang di luar pemanfaatan *digital platform* serta mengatasi kelemahan dan menghadapi berbagai ancaman, 5 (lima) Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) untuk memperkecil kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal Bank Syariah Indonesia, 5 (lima) Strategi ST (*Strengths-Threats*) untuk menghadapi atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal dan 5 (lima) Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) untuk menghadapi ancaman yang akan dihadapi dan mengurangi kelemahan internal. Penentuan strategi perusahaan dimulai dengan mengenali *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman) yang terkandung dalam lingkungan eksternal serta memahami *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) pada aspek internal perusahaan.

**Kata Kunci:** Bank Syariah Indonesia, *Market Share*, Platform Digital dan Strategi.