

**Strategi Investor Relations pada PT Bank Muamalat Indonesia
Tbk (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk)**

TESIS



Annisa Laila Alvi Syahri

2221023024

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

**Strategi Investor Relations pada PT Bank Muamalat Indonesia
Tbk (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk)**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu
Komunikasi**



Annisa Laila Alvi Syahri

2221023024

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang kutipan maupun rujukan
telah saya nyatakan benar.**

Nama : Annisa Laila Alvi Syahri

NIM : 2221023024

Tanda Tangan : 

Tanggal : 29 Agustus 2025

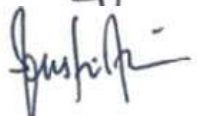
HALAMAN PENGESAHAN

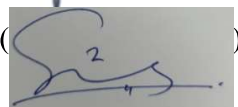
Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Annisa Laila Alvi Syahri
NIM : 2221023024
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Strategi Investor Relations pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi – Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 2 : Dr. Siti Komsiah, S. IP, M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Orang tua serta keluarga penulis. Terima kasih Mami, Papa, dan Cece yang selalu memberikan doa, restu, dan dukungan yang terbaik bagi penulis.
- 2) Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer M.Si. selaku Dosen Pembimbing penulis untuk Tesis ini. Terima kasih atas bimbingan, dorongan, feedback, dan motivasi Bapak. Tidak luput juga penulis berterima kasih atas waktu, tenaga, dan pikiran yang telah diberikan secara tulus oleh Bapak selama proses penulisan Tesis ini berlangsung. Tanpa Bapak, Tesis ini mustahil untuk dapat dimulai bahkan diselesaikan.
- 3) Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang juga menjadi Dosen Penguji penulis. Terima kasih atas bimbingan dan feedback yang telah Ibu berikan untuk membuat kualitas penulisan Tesis ini menjadi lebih baik lagi.
- 4) Ibu Dr. Siti Komsiah, S. IP, M.Si. selaku Dosen Penguji 2 penulis. Terima kasih atas bimbingan dan feedback yang telah Ibu berikan agar kualitas penulisan Tesis ini menjadi lebih baik.
- 5) Narasumber yang terlibat di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, yaitu Mbak Meliawati Mail, Mas Bima Arseyna, dan Mas Shahreza Andiat selaku Tim Investor Relations. Terima kasih juga kepada Mami Irma Kurniawati sebagai perwakilan HRD Bank Muamalat dan juga teman sekelas yang penulis sayangi di MiKom Batch 2. Terima kasih telah mendukung secara penuh, terbuka, dan kooperatif dalam memberikan data melalui interview untuk Tesis ini. Penulis juga bersyukur telah diluangkan waktu, tenaga, serta diterima secara hangat yang dibalut dengan keramahan yang tulus dari seluruh pihak PT Bank Muamalat Indonesia Tbk terlibat dalam Tesis ini.
- 6) Pak Ahmad Mustafid selaku Direktur PT ShareInvestor Technologies Indonesia yang juga rekan bisnis penulis. Terima kasih atas waktu yang diluangkan dan kesediannya untuk diwawancara.
- 7) GreenHub Suited Offices, Bu Pamela Sari, Pak Donny Atlantic, dan Mas Ichwan Romadon selaku rekan kerja yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Tesis ini. Terima kasih juga atas pengertiannya selama penulis menjalani akademik lanjutan ini.

- 8) Teman-teman seperjuangan MiKom Batch 2 yang penulis sayangi dan bersyukur telah dipertemukan selama perjalanan akademik: Mba Fitara, Mba Atiek, Kak Dyka, Bang Hendra, Bang Walid, Remy, dan Musbar. Semoga pertemanan yang telah dibangun akan *longlasting*.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 29 Agustus 2025

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Laila Alvi Syahri
NIM : 2221023024
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Jenis Tesis : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi Investor Relations pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 29 Agustus 2025

Yang menyatakan



(Annisa Laila Alvi Syahri)

**STRATEGI INVESTOR RELATIONS PADA PT BANK MUAMALAT
INDONESIA TBK
(STUDI KASUS PADA PT BANK MUAMALAT INDONESIA TBK)**

Annisa Laila Alvi Syahri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Investor Relations (IR) yang dijalankan oleh PT Bank Muamalat Indonesia Tbk sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Fokus penelitian ini mencakup bagaimana prinsip-prinsip syariah dan budaya organisasi diinternalisasi dalam setiap aktivitas Investor Relations dan bagaimana strategi Investor Relations direncanakan dan diimplementasikan, baik melalui komunikasi finansial maupun non-finansial. Sebagai pelopor perbankan syariah, PT Bank Muamalat memiliki tantangan dalam memenuhi ekspektasi investor yang tidak hanya menuntut keuntungan finansial, tetapi juga kepatuhan terhadap nilai-nilai etika dan syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajer dan staf IR, HRD, serta investor, dilengkapi observasi aktivitas Investor Relations dan analisis dokumen Laporan Tahunan 2024. Penelitian ini juga memanfaatkan teori strategi budaya organisasi Wahyudin (2022), Investor Relations dari *Investor Relations Handbook: Fundamentals, Instruments, Practice* oleh SIX Swiss Exchange dan Teori Enterprise Syariah oleh Meutia (2010) untuk memperkaya analisis dalam konteks komunikasi non-finansial dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Bank Muamalat Indonesia Tbk berhasil membangun strategi Investor Relations yang terintegrasi, mengedepankan transparansi, akuntabilitas, serta kepercayaan berbasis prinsip syariah. Strategi ini terbukti mendukung upaya perusahaan dalam mempertahankan reputasi dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan para investor. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi industri perbankan syariah lainnya dan memperluas kontribusi kajian Investor Relations di Indonesia.

Kata Kunci: Investor Relations, Strategi Komunikasi, Bank Syariah, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, Studi Kasus.

**INVESTOR RELATIONS STRATEGY IN PT BANK MUAMALAT
INDONESIA TBK
(CASE STUDY IN PT BANK MUAMALAT INDONESIA TBK)**

Annisa Laila Alvi Syahri

ABSTRACT

This research aims to analyze the Investor Relations (IR) strategy implemented by PT Bank Muamalat Indonesia Tbk as the first Islamic bank in Indonesia. The research focus includes how Sharia principles and organizational culture are internalized in every Investor Relations activity, and how the Investor Relations strategy is planned and implemented, both through financial and non-financial communication. As a pioneer in Islamic banking, PT Bank Muamalat faces challenges in meeting investor expectations that demand not only financial returns but also adherence to ethical and Sharia values.

This study uses a qualitative approach with a case study method. Data was collected through in-depth interviews with IR managers and staff, HR managers, and investors, complemented by observation of Investor Relations activities and analysis of the 2024 Annual Report document. The research also utilizes Wahyudin's (2022) organizational culture strategy theory, Investor Relations concepts from the Investor Relations Handbook: Fundamentals, Instruments, Practice by SIX Swiss Exchange, and Meutia's (2010) Sharia Enterprise Theory to enrich the analysis in the context of non-financial communication and corporate social responsibility.

The results show that PT Bank Muamalat Indonesia Tbk has successfully built an integrated Investor Relations strategy, prioritizing transparency, accountability, and trust based on Sharia principles. This strategy has proven to support the company's efforts in maintaining its reputation and strengthening long-term relationships with investors. These findings are expected to serve as a practical reference for other Islamic banking institutions and expand the contribution of Investor Relations studies in Indonesia.

Keywords: Investor Relations, Communication Strategy, Islamic Bank, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, Case Study.

DAFTAR ISI

Strategi Investor Relations pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk).....	i
Strategi Investor Relations pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk).....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Definisi Konsep.....	7
2.1.1 Strategi	7
2.1.2 Strategi Komunikasi.....	8
2.1.3 Komunikasi Organisasi	9
2.1.4 Budaya Organisasi	10
2.1.5 Stakeholder Relations	12
2.1.6 Investor Relations.....	14
2.1.7 Pasar Modal dalam Prinsip Syariah di Indonesia.....	36
2.1.8 Bank Syariah di Indonesia	40
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	45
2.3. Model Kerangka Pemikiran	59

BAB III	61
METODE PENELITIAN	61
3.1 Desain dan Pendekatan	61
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	64
3.3 Pengumpulan Data	66
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data	67
3.4 Analisis Data	71
3.5 Triangulasi Data	73
3.6 Operasionalisasi Konsep	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	76
4.1.1 PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia).....	76
4.1.2 Bidang Usaha, Produk, dan Layanan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk	82
4.1.3 Divisi Investor Relations PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.....	86
4.2. Penyajian Data	87
4.2.1 Implementasi Budaya Organisasi dalam Strategi Investor Relations di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.....	88
4.2.1.3	91
4.2.2 Strategi Investor Relations di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.....	98
4.2.3 Strategi Investor Relations Melalui Aktivitas Investor Relations di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk	128
4.3. Pembahasan dan Diskusi.....	136
4.3.1 Karakteristik Budaya Organisasi PT Bank Muamalat Indonesia Tbk: Elemen Idealis dan Elemen Perilaku Bank Syariah di Indonesia	136
4.3.2 Strategi Investor Relations di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk sebagai Bank Syariah di Indonesia	145
4.3.3.1 Model Strategi Investor Relations dalam Perbankan Syariah.....	177
BAB V	179
SIMPULAN DAN SARAN	179
5.1 Simpulan	179
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	180
5.3 Saran dan Implikasi.....	181
DAFTAR PUSTAKA	183
LAMPIRAN	190

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Komponen penilaian dan evaluasi isu Investor Relations.....	25
Tabel 2. 2 Penilaian dan evaluasi yang dilakukan melalui analisis prinsip kebijakan komunikasi.....	27
Tabel 2. 3 Penelitian Sebelumnya	58
Tabel 2. 4 Subjek Penelitian.....	66
Tabel 2. 5 Operasionalisasi Konsep	75
Tabel 4. 1 Landasan Syariah dan Undang-Undang Program CSR oleh Bank Muamalat.....	118
Tabel 4. 2 Penerima Program CSR Bank Muamalat.....	124
Tabel 4. 3 Manfaat dan Dampak Program CSR Bank Muamalat.....	127
Tabel 4. 4 Prinsip Komunikasi.....	158

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Alur Implementasi Strategi Investor Relations	36
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	60
Gambar 4.1 Diagram Nilai Perusahaan Bank Muamalat.....	80
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan.....	80
Gambar 4. 3 Alur Implementasi Budaya Organisasi dalam Praktik Investor Relations dalam PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.....	97
Gambar 4. 4 Tujuan Strategi Investor Relations PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.....	100
Gambar 4.5 Perencanaan Strategi Investor Relations PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.....	104
Gambar 4.6 Metode Pengukuran Efektivitas Strategi Investor PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.....	109
Gambar 4. 7 Proyeksi, Realisasi, dan Perubahan Tahun 2025.....	113
Gambar 4. 8 Pengembangan Strategi Investor Relations (Komunikasi Finansial & Komunikasi Non-Finansial) PT Bank Muamalat Indonesia Tbk	128
Gambar 4. 9 Aktivitas Strategi Investor Relations PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.....	136
Gambar 4. 10 Model Strategi Investor Relations dalam Perbankan Syariah.....	177