

Strategi unit usaha syariah bank x dalam mewujudkan visi bank x menjadi universal bank

Ririn Breliastiti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438182&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Krisis ekonomi Indonesia yang dimulal sejak pertengahan tahun 1997 berakibat sangat signifikan bagi industri perbankan. Bank-bank konvensional yang sistem operasinya bertumpu pada sistem bunga mengalami negative spread dan menghadapi kondisi meningkatnya pinjaman bermasalah (non-performing loan).

Dalam kondisi krisis, perbankan syariah telah membuktikan bahwa bank ini terbebas dari negative spread. Hal ini disebabkan karena perbankan syariah tidak berdasarkan pada bunga, dan uang hanyalah sebagai alat pertukaran. Berbeda dengan konsep bank konvensional yang memandang uang memiliki time value yang selalu diukur berdasarkan lingkat bunga yang ditentukan oleh bank sentral.

Sementara itu, PT. Bank X (Persero) Tbk juga terkena darnpak dan krisis yang terjadi di Indonesia. Laporan Tahunan Bank X tahun 1998 dan 1999 menunjukkan bahwa Bank X mengaiami negative spread dan tingkat non-performing loan mengalami kenaikan.

Berdasarkan pengalaman di masa krisis, Bank X yang sejak berdirinya bergerak di segmen korporasi melakukan penyesuaian vlsi dengan tidak hanya memfokuskan diri pada segmen korporasi tetapi juga pada segmen ritel. Perubahan ini kemudian diwujudkan daiam pernyataan vlsi yaitu menjadi universal bank Universal bank artinya menjadi bank yang menawarkan produk dan jasa perbankan yang lengkap, terpadu dan berkualitas, baik untuk nasabah individu, perusahaan maupun lembaga di dalam dan di luar negeri. Dalam upaya untuk melayani semua segmen masyarakat termasuk masyarakat yang membutuhkan produk perbankan syaniah, pada bulan April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah Bank X yang menjadi kantor pusat dari Kantor Cabang Syariah Bank X.

UUS sebagai salah satu strategic business unit (SBU) dan Bank X mengemban vlsi dan misi Bank X. Untuk itu sangat penting dirurnuskan strategi bagi UUS Bank X, agar SBU jni dapat memberikan kontribusi bagi pencapaian vlsi dan misi Bank X.

UUS Bank X dijadikan area studi karya akhir ini karena IJUS merupakan SBU baru di Bank X yang harus bersaing dengan bank-bank syariah yang telah berdiri lebih dahulu. Pentingnya merumuskan strategi yang tepat akan membawa dampak bagi Bank X secara keseluruhan.

Karya akhir ini bertujuan untuk:

- Mengetahui latar belakang pembentukan UUS sebagai salah satu SBU Bank X.

- Menganalisa kondisi yang ada pada UUS Bank X.
- Memberikan alternatif strategi untuk pertumbuhan UUS Bank X.

Dari hasil analisa, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi latar belakang didirikannya UUS Bank X. antara lain karena adanya pasar potensial di Indonesia bagi produk perbankan syariah; adanya UU No. 10 tahun 1998 inengenai perbankan syariah; perbankan syariah terbukti lebih mampu bertahan dalam krisis; dan UUS diharapkan dapat mewujudkan vlsi Bank X.

Berdasarkan analisa SWOT dan TOWS Matrix, diperoleh fakta bahwa kekuatan yang digunakan oleh UUS berasal dan Bank X dan bukan dari dalarn UUS sendiri. Hal jni memerlukan kajian lebih lanjut dari UUS agar dapat menemukan, membina dan kemudian mengeksploitasi sumberdayanya sendiri sehingga dapat menjadi keunggulan bersaing bagi Bank X Syariah dan menjadi dasar yang kuat bagi berdirinya UUS.

Strategi yang dapat diterapkan oleh UUS lebih ditekankan pada WO strategi yang berorientasi konsolidasi dibidang sumberdaya manusia, pemasaran dan pengembangan produk dan jasa. Strategi sumberdaya manusia dilakukan dengan merekrut tenaga ahli dibidang perbankan syariah. Tenaga ahli di bidang perbankan syariah ini bertugas untuk menyusun sistem dan prosedur operasional produk dan jasa perbankan syariah, serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Dengan demikian, diharapkan Bank X Syariah dapat lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan pasar dan dapat segera memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pemasaran dilakukan dengan membentuk unit pemasaran di UUS yang bertanggung jawab mengenai perumusan strategi pemasaran dan memantau perkembangan pasar. Strategi pengembangan produk dan jasa dilakukan dengan mengembangkan produk pembiayaan, optimalisasi ATM, layanan otokredit dan otodebet, phone banking, layanan prima dan service excellent.

Sebagai implikasinya, saran selanjutnya yang dapat diberikan adalah agar manajemen Bank X dan UUS me-review kembali hal-hal yang melatarbelakangi dibentuknya UUS untuk memperkokoh landasan pendirian UUS.