

Strategi manajemen pendanaan Bank Aspac dalam persaingan bisnis perbankan di Indonesia

Kawatu, Meirvon B.P., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20441104&lokasi=lokal>

Abstrak

Perbankan Indonesia memegang peranan yang cukup penting dalam pembangunan terutama dalam melakukan mobilisasi dana dan masyarakat. Besarnya potensi dana yang dapat dimobilisasi bank nasional, mengakibatkan mengeluarkan berbagai peraturan untuk menunjang kelangsungan hidup perbankan, terutama dengan dikeluarkannya Pakto 1988. Hal ini mengundang banyak pemodal untuk memasuki usaha perbankan. Akibatnya, sampai bulan Agustus 1997 jumlah bank umum yang beroperasi di Indonesia berjumlah 237 bank umum dengan 6.140 kantor bank umum, dan jumlah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yaitu 9.281 BPR dan 15.184 kantor BPR.

Bank Aspac sebagai salah satu bank umum swasta nasional, harus menghadapi persaingan yang ketat untuk dapat menarik dana dari masyarakat dengan semakin banyaknya jumlah bank-bank umum yang berdiri terutama di DKI Jakarta, baik bank-bank umum milik pemerintah maupun khususnya bank-bank umum swasta nasional lainnya. Untuk itu, tujuan dan penulisan karya akhir ini adalah untuk menganalisa sejauhmana strategi manajemen Bank Aspac dalam persaingan antar bank untuk menarik nasabah dalam mempercayakan dana-dana yang dimilikinya; dan menganalisa bagaimana strategi yang diterapkan oleh Bank Aspac itu dapat menaikkan jumlah dana yang disimpan pada Bank Aspac serta dapat menaikkan peringkat bank menjadi lebih baik.

Peluang bagi Bank Aspac diperoleh dari adanya jumlah penduduk yang banyak, pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, adanya peran pemerintah untuk mendorong mobilisasi dana masyarakat melalui perbankan, perkembangan teknologi dan adanya kepercayaan masyarakat pada bank. Sedangkan ancaman yang harus dihadapi oleh Bank Aspac adalah jumlah bank yang banyak, adanya krisis moneter pada akhir-akhir ini, peraturan pemerintah yang mulai membatasi bank, adanya bank-bank bermasalah, diberinya kesempatan kepada bank-bank asing beroperasi di Indonesia, masih banyak masyarakat yang takut menyimpan uang di bank dan adanya produk-produk pengganti.

Adapun kekuatan yang dimiliki oleh Bank Aspac adalah tingkat bunga simpanan yang tinggi, permintaan kredit yang cukup besar, adanya dukungan kuat dari pemilik modal, layanan kepada nasabah yang diakui baik, adanya klub bola basket terkenal di Indonesia (Klub Aspac) dan adanya penilaian tentang kesehatan Bank Aspac yang tergolong sehat. Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh Bank Aspac adalah promosi kurang, kantor cabang sedikit, kurang dikenal masyarakat, penerapan teknologi yang terlambat dan produk yang kurang inovatif.

Melihat peluang, ancaman yang dihadapi dan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh Bank Aspac, maka dapat dibentuk strategi alternatif yang dapat dilakukan oleh Bank Aspac. Untuk menghadapi persaingan yang ketat dalam bisnis bank maka perlu pula dianalisa dan dibentuk strategi bersaing bagi Bank Aspac, yang kemudian dapat dipilih beberapa alternatif strategi yang sesuai dengan strategi bersaing bank dari alternatif strategi yang ada. Dan alternatif strategi yang diusulkan tersebut, maka dapat dirumuskan formulasi strategi pemasaran yang efektif bagi Bank Aspac.

Adapun formulasi alternatif strategi pemasaran bank yang diusulkan bagi Bank Aspac adalah melakukan promosi dalam bentuk iklan yang berbeda dan pada kesempatan yang berbeda pula dengan menggunakan media yang sesuai; memperbanyak kantor cabang; mengembangkan produk yang memanfaatkan teknologi modern; selalu berusaha meningkatkan mutu layanan nasabah yang baik; mempertahankan tingkat bunga simpanan yang tinggi dibandingkan dengan bank lain; menonjolkan tingkat kesehatan bank yang sehat dan tidak bermasalah; melakukan go public; dan melakukan merger dan akuisisi dengan bank lain.