

Strategi pengembangan daya saing SBU internasional memasuki pasar global: Studi kasus PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

Silalahi, Bosmen H., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75030&lokasi=lokal>

Abstrak

Kondisi kebangkrutan (insolventy) perbankan nasional akibat krisis moneter yang berkepanjangan sejak tahun 1997 bermuara pada 2 (dua) hal yaitu kerugian besar akibat negative spread dari jumlah kredit bermasalah yang membengkak dan kekurangan modal bank (undercapitalized). Kerugian besar yang dialami terjadi karena perbankan Indonesia selama ini hanya mengandalkan pendapatan dari sisi kredit dan mengabaikan potensi pendapatan dari jasa perbankan lainnya (fee based income), seperti pendapatan dari jasa - jasa perbankan internasional (international banking).

Pengalaman tersebut mendorong perbankan dalam hal ini Bank BNI merevitalisasi bisnisnya antara lain dalam layanan transaksi international banking untuk mencapai tujuan strategis sebagai bank sehat dan untung (profitable). Bank BNI sebagai parenting memerlukan penetapan strategi bisnis atas SBU Internasional dalam industri sejenisnya yang menjadi tujuan penelitian pada tesis ini.

Untuk pencapaian strategi yang diperlukan, pembahasan akan dilakukan dalam hal Strategi Generik/Utama, yang umumnya berorientasi terhadap pertumbuhan, Corporate Parenting yaitu membangun sinergi perusahaan melalui pembagian dan pengembangan sumberdaya, dan Portofolio Analysis yaitu kordinasi cash flow diantara unit - unit.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dengan memetakan posisi bersaing dalam analisis J-E Matrix, dan pengolahan data sekunder untuk mendapatkan posisi market share dan pertumbuhan dalam BCG Matrix. Berdasarkan penelitian tersebut maka alternatif strategi generik yang sesuai adalah Strategi Intensive.

Dengan memperhatikan tingkat persaingan SBU Internasional dalam industri sejenis, disimpulkan Bank BNI berada dalam posisi kuat sehingga disarankan untuk menerapkan Strategi Intensive, yaitu upaya peningkatan market share melalui usaha - usaha pemasaran, pengembangan pangsa pasar melalui jaringan distribusi dan meningkatkan produk/jasa yang ada melalui sentuhan modifikasi.