

Strategi penghimpunan dana dan pemasaran kredit pada bank pemerintah "X": suatu pendekatan dual strategy

Sediyono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=80991&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Adanya persaingan yang tajam dibidang industri jasa keuangan/perbankan pada dewasa ini ditengah arus globalisasi, arus deregulasi, dan perubahan lingkungan yang cepat menyebabkan tingkat persaingan menjadi semakin tajam. Kondisi ini menyebabkan kesulitan bank Pemerintah dalam penghimpunan dana dan pemasaran kredit. Sedikit detail sedikit porsinya diambil oleh bank swasta. Demikian juga yang terlihat pada Bank BNI, sehingga menurunkan perolehan pangsa pasar yang hal ini dipandang sebagai permasalahan utama. Target yang ingin dicapai dalam corporate plan-nyapun tidak dapat terpenuhi.

Bank BNI dalam hal ini telah membuat perencanaan jangka panjang dengan corporate plan (untuk jangka waktu 5 tahunan) dan dipandu dengan kebijaksanaan umum Direksi (KUD) selanjutnya disusunlah business plan untuk masing-masing unit. Business plan tersebut kemudian dipecah-pecah menjadi goal setting pegawai dari unit yang bersangkutan. Perencanaan jangka pendek (business plan) tahunan adalah rencana yang akan dikerjakan pada tahun yang bersangkutan, dan merupakan pentahapan dari corporate plan. Perencanaan tersebut sebelumnya telah dimintakan masukan dari unit-unit secara bottom up, dan setelah masukan tersebut dipadukan dengan keinginan Direksi dan pemegang saham (dalam hal ini Departemen Keuangan), maka diputuskanlah keinginan jangka panjang tersebut melalui corporate plan perusahaan secara top down yang harus dilaksanakan oleh segenap unit.

Berkenaan dengan hal tersebut penulisan ini dimaksudkan untuk memetakan permasalahan strategi penghimpunan dana dan pemasaran kredit dan dicoba mengajukan alternatif strategi penghimpunan dana dan pemasaran kredit dengan pendekatan dual strategy.