

Analisa Strategi Persaingan Pemasaran Bank dan Prospeknya dalam Era Undang-undang Perbankan 1992: Studi Kasus pada Bank Bukopin

Rudy Prasetyo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20320773&lokasi=lokal>

Abstrak

Karya tulis ini membahas tentang strategi persaingan pemasaran bank serta prospeknya dalam era Undang-undang Perbankan 1992 dengan melakukan studi kasus penelitian pada Bank Bukopin. Karya tulis ini bertujuan untuk meneliti (1) hubungan antara pengelolaan strategi persaingan pemasaran bank dengan kinerja bank; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kebijaksanaan pemasaran bank. Penulis menggunakan multiple regression analysis (analisa regresi berganda) dengan model regresi yang dibuat berdasarkan data masa lalu untuk membantu memproyeksikan alternatif kebijaksanaan pemasaran yang akan dijalankan perusahaan. Selain itu, analisa ini juga ditunjang dengan SWOT Analysis, Boston Consulting Group Matrix dan General Electric's Mulufactor Portfolio Matrix untuk melihat posisi perusahaan dalam industri serta strategi bisnis yang dilakukan dalam rangka memperluas pangsa pasar. Dan penelitian yang dilakukan baik melalui observasi langsung pada Bank Bukopin maupun melalui perolehan data sekunder dari Bank Indonesia dan berbagai sumber lainnya menunjukkan bahwa perusahaan pada saat ini menjalankan strategi investasi yang bersifat selektif (selective investment), artinya perusahaan menerapkan strategi yang memfokuskan pada business line yang ada dan telah digelutinya serta berusaha untuk mempertahankan pangsa pasar pada segmen pasar yang telah dimasukinya. Kemudian, dari hasil penelitian tersebut dapat dilihat beberapa hal yang menunjukkan bahwa untuk membuat atau melaksanakan strategi pemasarannya, bank/perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta menganalisa peluang pasar dan tantangannya sehingga dapat dibuat suatu strategi yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan.