

Retail banking sebagai strategi alternatif bagi bank BNI

Jeffrey A.M. Dendeng, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438615&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cukup tinggi pada tahun-tahun terakhir ini telah memberikan dampak yang positif bagi pendapatan masyarakat pada umumnya. Seiring dengan meningkatnya pendapatan masyarakat, meningkat pula kesadaran untuk melakukan transaksi keuangan dengan bank. Disamping itu deregulasi di sektor perbankan yang bertujuan menciptakan kehidupan perbankan yang sehat dan dinamis, telah ikut pula mendorong masyarakat untuk memanfaatkan jasa perbankan. Di sisi lain, instrumen-instrumen keuangan juga bertumbuh dengan pesat mengarah ke globalisasi dan hal ini telah membuka kesempatan bagi perusahaan-perusahaan skala besar untuk mencapai akses pembiayaan tidak saja dari sektor perbankan tetapi dari berbagai sumber lain baik di dalam maupun di luar negeri. Fenomena-fenomena ini telah mendorong perubahan pasar perbankan ke arah retail banking.

PT. Bank Negara Indonesia (persero) atau yang dikenal dengan sebutan Bank BNI melihat perubahan ini sebagai suatu peluang dan perlu segera diantisipasi. Langkah yang dilakukan oleh Bank BNI adalah menempatkan retail banking sebagai target sasaran jangka panjang Bank BNI disamping mempertahankan keunggulan di corporate banking.

Mengembangkan bisnis retail banking bagi Bank BNI bukanlah merupakan pilihan yang mudah untuk dilakukan karena selain Bank BNI dikenal sebagai suatu bank yang selama ini lebih banyak beroperasi di pasar corporate banking juga persaingan di pasar retail banking itu sendiri sangat ketat baik dari bank-bank yang selama ini telah menggarap bisnis tersebut maupun bank-bank lain yang juga akan mulai memasukinya. Untuk mengantisipasi kondisi tersebut diperlukan adanya suatu strategi atau kiat-kiat tersendiri yang perlu diciptakan dan dilaksanakan agar sasaran yang ditetapkan dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

Dalam rangka mencari strategi yang tepat diperlukan analisa mengenai lingkungan eksternal maupun internal yang mempunyai keterkaitan langsung dengan pengembangan retail banking di Bank BNI. Lingkungan eksternal Bank BNI selain lingkungan jauh atau remote

environment juga lingkungan industri atau industry environment.

Analisa atas lingkungan eksternal lebih ditekankan pada lingkungan industri yaitu industri perbankan, karena perubahan sedikit saja pada industri perbankan mempunyai dampak yang besar bagi operasional Bank BNI Hasil analisa industri perbankan menunjukkan adanya pergeseran peran dari kelompok bank persero ke kelompok bank umum swasta nasional khususnya dalam penghimpunan dana maupun penyalurannya dalam bentuk kredit. Pergeseran tersebut tidak terlepas dan meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan, pemanfaatan sarana promosi dan iklan secara efektif serta pemanfaatan teknologi perbankan modern di era globalisasi. Situasi ini apabila tidak dianusipasi dapat merupakan ancaman bagi Bank BNI khususnya dalam mengembangkan bisnis retail banking.

Analisa faktor-faktor internal Bank BNI ditekankan pada dua hal pokok yang dibutuhkan dalam pengembangan retail banking yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk. Hasil analisa kualitas pelayanan Bank BNI menunjukkan adanya beberapa hal yang perlu ditingkatkan khususnya pada perbaikan beberapa elemen sistem dan prosedur, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dukungan dan struktur organisasi serta sistem delivery yang kesemuanya diarahkan untuk menciptakan konsistensi pelayanan kepada nasabah.

Analisa mengenai kualitas produk dibatasi pada produk-produk penghimpunan dana yang menunjang pengembangan retail banking yaitu tabungan, kartu ATM dan deposito. Hasil analisa mengenai kualitas produk menunjukkan perlunya upaya mengurangi pembebanan biaya kepada nasabah khususnya produk kartu mahasiswa serta melakukan integrasi atas keanekaragaman produk yang ada, sehingga dapat lebih bermanfaat dan memudahkan bagi nasabah dalam melakukan transaksi.