

Strategi PT. Bank Central Asia, Tbk dalam menghadapi persaingan pada industri perbankan nasional untuk tahun 2002-2004

Y. Bambang Harjono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20439744&lokasi=lokal>

Abstrak

Rekapitalisasi perbankan oleh pemerintah, kini telah memasuki tahap akhir. Beberapa bank telah menyelesaikan program tersebut dan dikembalikan pengawasannya oleh Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) kepada Bank Indonesia. Salah satu dari bank yang telah lulus dari rekapitalisasi tersebut adalah PT Bank Central Asia, Tbk. (BCA).

Dengan selesainya program tersebut, tantangan yang baru kini menghadang BCA. Tantangan itu ialah bagaimana menerapkan visi dan misi hasil paradigma baru, ke dalam suatu strategi yang sesuai dengan perkembangan industri perbankan nasional. Strategi tersebut harus dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki (jaringan cabang dan ATM yang luas, reputasi yang baik, customer base yang besar, dll) untuk menganihil peluang yang ada, terutama di sektor Usaha Kecil dan Menengah.

Mencermati perkembangan persaingan perbankan yang semakin ketat, maka fokus studi pada karya akhir ini adalah untuk menganalisis dan mengusulkan strategi bisnis bagi BCA untuk tahun 2002 ? 2004, berdasarkan keunggulan, kemampuan, dan faktor-faktor yang terdapat pada perusahaan yang dapat mempengaruhi perkembangan kinerja bank dalam meningkatkan daya saingnya. Dengan demikian bank dapat memfokuskan kegiatan operasionalnya pada segmen Usaha Kecil dan Menengah khususnya dalam menghadapi dinamika persaingan industri perbankan di Indonesia serta meningkatkan daya saingnya di masa yang akan datang. Untuk menggambarkan dinamika persaingan perbankan, digunakan beberapa bank, baik yang berasal dari bank pemerintah, bank swasta nasional maupun bank asing.

Berkenaan dengan semakin ketatnya persaingan perbankan di masa yang akan datang - terutama dengan masuknya bank asing di Indonesia ? BCA dapat melakukan pembenahan yang bertujuan untuk mengantisipasi persaingan tersebut. Langkah yang dapat dilakukan antara lain dengan melakukan diferensiasi produk, investasi di bidang penelitian dan pengembangan (Litbang), penelitian dan pengembangan (Litbang), pembelian aset berkualitas dari BPPN, aliansi dengan bank asing, pelatihan terhadap karyawan yang berpotensi serta rasionalisasi terhadap karyawan yang kurang berkembang. Penerapan strategi yang tepat khususnya dalam segmen pasar UKM - akan menghasilkan perkembangan dan penguasaan pasar yang mengikat. Namun demikian semuanya tidak akan mungkin terjadi jika tidak didukung oleh komitmen yang kuat dari seluruh karyawan perusahaan. Sebab suatu strategi baru akan berjalan dengan efektif jika dilaksanakan secara konsisten dan berkesinambungan.