

Strategi peningkatan pendapat fee based pada bank "X"

Sumampouw, Eva Agrayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20462259&lokasi=lokal>

Abstrak

Kondisi perbankan di Indonesia mengalami masa yang sulit pada krisis ekonomi yang menimpa negara ini sejak pertengahan tahun 1997. Kinerja keuangan Bank X merugi oleh karena spread negatif pada pendapatan bunga netto yaitu beban bunga lebih besar dari pendapatan bunga. Sehingga Bank X, mengalami kerugian besar terlebih dengan adanya pembebanan kredit bermasalah yang sangat besar jumlahnya.

Oleh karena kondisi sulit tersebut membuat Bank X mencari alternatif pendapatan selain dari pendapatan bunga netto dengan menghindari penambahan resiko kredit pada masa krisis ekonomi sekarang ini. Dalam usaha perbankan yang umum di Indonesia, perbankan diperbolehkan oleh Bank Indonesia untuk melakukan usaha-usaha sesuai yang dituangkan dalam UU No. 7 tahun 1992 dan Revisi UU No. 10 tahun 1998 mengenai Perbankan. Dari pemberian jasa-jasa perbankan tersebut maim akan dihasilkan yang disebut pendapatan non bunga yang lebih dikenal dengan pendapatan fee based.

Dalam pembahasan karya akhir ini, dalam pendapatan fee based tidak memasukkan faktor pendapatan dari transaksi valuta asing karena faktor ini sangat berfluktuasi pada masa krisis ekonomi yang masih berlangsung seiring dengan kondisi pertukaran (mata uang USD dan Rupiah yang sangat berfluktuasi sejak terjadi krisis ekonomi tersebut akibat penerapan kebijakan kurs mengambang tergantung permintaan pasar. Faktor pendapatan transaksi valuta asing banyak dipengaruhi oleh posisi devisa neto dari bank dan besarnya kurs tengah dari Bank Indonesia sehingga pendapatan dari transaksi valuta asing yang diperoleh sangat tidak stabil.

Untuk menentukan strategi peningkatan fee based, maka saya menganalisa terlebih dahulu mengenai lingkungan bisnis Bank X baik lingkungan eksternal dan lingkungan internal dan menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Bank X. Kemudian dengan pendekatan Strategic Groups digunakan untuk memilih dan menganalisa lebih detail mengenai bank-bank pesaing utama Bank X baik kinerja keuangan, kekuatan jaringan usaha dan teknologinya serta jenis jasa perbankan yang telah diberikan kepada nasabahnya.

Kemudian dilanjutkan dengan menganalisa potensi-potensi yang dapat digali dari usaha-usaha jasa perbankan yang dapat menghasilkan pendapatan fee based. Dengan memperhatikan sumber-sumber pendapatan fee based menurut Gardner & Mills yang mengambil dari kondisi perbankan di Amerika Serikat yang sudah maju dari segi jasa perbankan dan kebijakan Bank Indonesia yang tertuang dalam UU No. 7 tahun 1992 dan Revisi UU No. 10 tahun 1998 perihal perbankan.

Terakhir setelah menganalisa hal-hal di atas, maka dilanjutkan dengan pemilihan strategi yang diambil yaitu

:

- Strategi Generik - Diferensiasi untuk dapat menerapkan harga produk atau jasa yang optimal dapat diterima nasabah karena keunikannya misalnya fasilitas one stop banking.
- Strategi Aliansi dengan perusahaan-perusahaan pendukung maupun dengan bank pesaing untuk mendapatkan manfaat bagi kedua belah pihak. Dan bagi Bank X untuk melengkapi fasilitas yang disediakan.
- Strategi Market Option Matriks dengan mempertimbangkan dua hal pokok yaitu pengembangan produk dan pengembangan pasar, yaitu :

Market Penetration , yaitu strategi dengan meningkatkan pangsa pasar yang sudah dimiliki dengan produk atau jasa perbankan yang ada melihat potensi pasar masih besar. Hal ini dapat di sukseskan dengan mengadakan iklan dan promosi yang lebih aktif.

Product Development, yaitu strategi pengembangan produk yang selalu mengikuti atau mengantisipasi kebutuhan keuangan nasabahnya dalam bentuk produk baru. Misalnya Electronic Banking, Phone Banking dan Internet Banking serta jasa..jasa perbankan lain yang berpotensi memberikan pendapatan fee based.

Market Development, yaitu strategi untuk mengembangk.an pasar yang baru dengan menggunakan produk atau jasa perbankan yang sudah dimiliki melihat sektor pasar baru tersebut masih terbuka. Misalnya dengan melihat segmen sektor korporasi tingkat kecil menengah yang tidak menjadi target pasar bank-bank asing. Padahal untuk sektor ini dapat menyumbangkan pendapatan fee based yang cukup besar untuk mendukung transaksi bisnis perusahaan menengah tersebut , apalagi dalam kondisi perekonomian yang sedang bertumbuh seperti sekarang ini dimana banyak bermunculan para entrepreneur baru.