

INTISARI

Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) merupakan satu produk dari PT XYZ Tbk yang dijalankan oleh Divisi Bisnis Kredit Konsumer (DBKK), dalam 3 tahun terakhir 2018 hingga 2020 *Business Rate* (Kinerja) KPR XYZ mengalami penurunan, dari target 80% *Business Rate* hanya tercapai kurang dari 50% kondisi ini menjadi fokus dari DBKK untuk melakukan pembenahan dari setiap aspek yang terkait dengan penyaluran KPR XYZ. Pada lingkungan internal terdapat kekuatan dan kelemahan dari suatu perusahaan pada semua area fungsional bisnisnya, hasil dari analisa lingkungan internal dapat digunakan oleh manajemen untuk memperbaiki kelemahan dan menambah kekuatan yang dapat dijadikan dasar penetapan strategi perusahaan sehingga dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan, kompetensi inti merupakan sumber dari terciptanya keunggulan kompetitif.

Tesis ini bertujuan untuk mengidentifikasi sumber daya dan kapabilitas apa saja yang menjadi kompetensi inti KPR XYZ sebagai salah satu unit strategis bisnis Bank XYZ saat ini dan memberikan usulan strategi yang dapat diambil oleh KPR XYZ berdasarkan posisi bisnis menggunakan Matriks Kompetensi Inti.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan alat analisis Matriks Kompetensi Inti. Data primer diperoleh dari sumber informasi (narasumber) yang menggunakan teknik *in depth interview*. Data sekunder diperoleh dari literatur. Matriks Kompetensi Inti menunjukkan apa yang menjadi kekuatan kunci, kelemahan utama, kekuatan yang berlebihan dan zona yang tidak relevan dari, sehingga dapat memberikan saran yang bisa dimanfaatkan oleh Divisi Binis Kredit Konsumer (KPR XYZ) sebagai pertimbangan dalam menjalankan strategi bersaing pemrosesan KPR XYZ sebagai keunggulan kompetitif.

Kata Kunci: *Business Rate*, Matriks Kompetensi Inti, Sumber Daya, Kapabilitas, Kompetensi Inti, Keunggulan Kompetitif.

ABSTRACT

Home Ownership Credit (KPR) is a product of PT XYZ Tbk which is run by the Consumer Credit Business Division (DBKK), in the last 3 years 2018 to 2020 XYZ's KPR Business Rate (Performance) has decreased, from the target of 80% Business Rate has only been achieved less than 50% of this condition is the focus of DBKK to make improvements in every aspect related to the distribution of XYZ KPR. In the internal environment there are strengths and weaknesses of a company in all functional areas of its business, the results of the analysis of the internal environment can be used by management to improve weaknesses and add strengths that can be used as the basis for determining the company's strategy so that it can become a competitive advantage for the company, core competencies are a source of creating a competitive advantage.

This thesis aims to identify what resources and capabilities are the core competencies of KPR XYZ as one of the current strategic business units of Bank XYZ and provide strategic proposals that can be taken by KPR XYZ based on business position using the Core Competency Matrix.

This study uses a qualitative method with a Core Competency Matrix analysis tool. Primary data were obtained from sources of information (resources) using in-depth interview techniques. Secondary data were obtained from the literature. The Core Competency Matrix shows what are the key strengths, main weaknesses, excessive strengths and irrelevant zones, so that it can provide suggestions that the Consumer Credit Business Division (KPR XYZ) can use as a consideration in implementing a competitive strategy for processing XYZ KPR as an advantage. competitive.

Keywords: *Business Rate, Core Competency Matrix, Resources, Capabilities, Core Competencies, Competitive Advantage.*