

## ABSTRACT

### POSITIONING AND DEVELOPMENT STRATEGY OF PT BANK XYZ IN THE DISRUPTIVE ERA

**Muhammad Ridho Perkasa Alam**

20/465302/PEK/26305

Nowadays, technology has become an inseparable part of our daily activities. The development of technology is needed because our need and desire are becoming more complex. This complexity also applies in the banking industry so that banks are looking for alternative strategies, both from services, products, customers and technology. Technological developments will be an opportunity for banks to develop customer service and create a competitive advantage for the bank. Along with many smartphone users, increasing internet services, advances in mobile technology and high customer demand for faster services, mobile banking can become an important innovation and expand the current multichannel business strategy. In this research, researcher aims to analyze digital banking competitive strategy of LIV mobile banking service at PT Bank XYZ. Researcher will identify opportunities and threats from external factors and internal factors of XYZ bank in the digitalization era of the financial and banking industry. These external and internal factors are needed to find out which features are most strategic to develop on LIV mobile banking. Then, researcher will identify LIV's position in Indonesia as a mobile banking application. Finally, researcher will identify alternative strategies for LIV mobile banking in facing the digitalization era that is currently developing in Indonesia to find out which one is the most strategic to develop. The research results showed that the total score of each internal factor of PT Bank XYZ in developing LIV is above 2.5. While the total score of each external factor of PT Bank XYZ in developing the LIV mobile banking application service is also above 2.5. The two results show that the bank's readiness to use its strengths and opportunities as well as overcome its weaknesses and threats is above average. From the results of the matching stage using mapping on the Internal-External matrix, PT Bank XYZ is in quadrant I. From the results of this mapping, PT Bank XYZ's strategy can be determined, namely grow and build, one of which is product development in the form of LIV mobile banking application services. From the results of the Competitive Profile Matrix (CPM), we can find out LIV's position from its competitors. LIV has a high competitive competency level. From the results of the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), we can find out that remittance feature for direct overseas transactions is the most strategic alternative to be developed. By collaborating with other parties or cross-selling with other products, it is hoped that this will become the right strategy so that LIV applications can grow and be competitive in the Indonesian market.

**Keywords:** Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), Competitive Profile Matrix (CPM), Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

## ABSTRAK

### POSISI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN PT BANK XYZ DI ERA DISRUPTIVE

Muhammad Ridho Perkasa Alam

20/465302/PEK/26305

Saat ini, teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas kita sehari-hari. Perkembangan teknologi sangat dibutuhkan karena kebutuhan dan keinginan kita semakin kompleks. Kompleksitas ini juga berlaku dalam industri perbankan sehingga perbankan mencari alternatif strategi, baik dari sisi layanan, produk, nasabah maupun teknologi. Perkembangan teknologi akan menjadi peluang bagi bank untuk mengembangkan layanan nasabah dan menciptakan keunggulan kompetitif bagi bank. Seiring dengan banyaknya pengguna *smartphone*, meningkatnya layanan internet, kemajuan teknologi *mobile* dan tingginya permintaan nasabah akan layanan yang lebih cepat, *mobile banking* dapat menjadi inovasi penting dan memperluas strategi bisnis multichannel saat ini. Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis strategi persaingan perbankan digital layanan mobile banking LIV di PT Bank XYZ. Peneliti akan mengidentifikasi peluang dan ancaman dari faktor eksternal dan faktor internal bank XYZ di era digitalisasi industri keuangan dan perbankan. Faktor eksternal dan internal ini diperlukan untuk mengetahui fitur mana yang paling strategis untuk dikembangkan pada mobile banking LIV. Kemudian, peneliti akan mengidentifikasi posisi LIV di Indonesia sebagai aplikasi *mobile banking*. Peneliti akan mengidentifikasi alternatif strategi *mobile banking* LIV dalam menghadapi era digitalisasi yang sedang berkembang di Indonesia untuk mengetahui mana yang paling strategis untuk dikembangkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total skor masing-masing faktor internal PT Bank XYZ dalam mengembangkan LIV diatas 2,5. Sedangkan skor total dari masing-masing faktor eksternal PT Bank XYZ dalam mengembangkan layanan aplikasi *mobile banking* LIV juga di atas 2,5. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa kesiapan bank dalam menggunakan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman berada di atas rata-rata. Dari hasil tahap *matching* menggunakan pemetaan pada matriks Internal-Eksternal, PT Bank XYZ berada pada kuadran I. Dari hasil pemetaan tersebut dapat ditentukan strategi PT Bank XYZ yaitu *grow and build* yang salah satunya adalah pengembangan produk berupa layanan aplikasi *mobile banking* LIV. Dari hasil *Competitive Profile Matrix* (CPM), kita bisa mengetahui posisi LIV dari kompetitornya. LIV memiliki tingkat kompetensi kompetitif yang tinggi. Dari hasil *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), dapat diketahui bahwa fitur pengiriman uang untuk transaksi langsung ke luar negeri merupakan alternatif yang paling strategis untuk dikembangkan. Dengan bekerjasama dengan pihak lain atau *cross-selling* dengan produk lain diharapkan menjadi strategi yang tepat agar aplikasi LIV dapat berkembang dan berdaya saing di pasar Indonesia.

**Kata kunci:** *Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), Competitive Profile Matrix (CPM), Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*