

INTISARI

Perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup mendorong banyak individu untuk melakukan kegiatan sehari-harinya melalui media elektronik, termasuk aktivitas perbankan. Industri perbankan mengadopsi aplikasi elektronik untuk meningkatkan kinerja dan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang tepat dalam layanan *electronic banking* untuk memenangkan keunggulan bersaing.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan kompetitif pada layanan *e-banking* BNI dalam mendukung keunggulan bersaing dan mengetahui persepsi nasabah layanan *e-banking* BNI dalam industri perbankan. Metode yang digunakan dalam melakukan analisis terhadap keunggulan kompetitif adalah metode analisis rantai nilai, sementara persepsi nasabah menggunakan analisis pemetaan persepsi.

Berdasarkan hasil analisis rantai nilai pada layanan *e-banking* menunjukkan bahwa BNI menggunakan strategi *differensiasi* dalam pengembangan layanannya untuk meningkatkan *customer value*, dimana layanan yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Hal tersebut sejalan dengan strategi pengembangan *digital banking* BNI. BNI telah memanfaatkan media digital dalam sebagian besar aktivitasnya. Selanjutnya layanan yang diberikan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Namun demikian, masih perlu adanya pengembangan dalam aktivitas pendukung pada aktivitas infrastruktur perusahaan yaitu mengenai optimalisasi distribusi peralatan. Selanjutnya, hasil analisis pemetaan persepsi menunjukkan bahwa layanan *e-banking* BNI memiliki keunggulan pada kompleksitas fitur dan kemudahan penggunaan.

Kata Kunci: *e-banking*, analisis rantai nilai, analisis pemetaan persepsi, keunggulan bersaing

ABSTRACT

The development of technology and the change of lifestyle encourage more people to conduct their daily activities through electronic media, including banking activities. The banking industry adopts electronic applications to improve performance and competitive advantage. Therefore, there is a need for the appropriate strategy in electronic banking services to win competitive advantage.

This study aims to analyze the competitive advantage of BNI e-banking services to support competitive advantage and to know the perception of BNI ebanking customer service in the banking industry. The method used in analyzing competitive advantage in this study is the method of value chain analysis, while the method used in analyzing perception of the customer is the perceptual map analysis.

Based on the analysis of the value chain in e-banking services, it is showed that BNI using differentiation strategy in the development of services to increase customer value which tailored to the needs of its customers. This is in line with BNI's digital banking development strategy. BNI has utilized digital media in most of its activities. However, there is still a need for supporting activities' development in the company's infrastructure activities to optimize the distribution of equipment. Furthermore, the result of perceptual mapping analysis shows that BNI e-banking services have advantages in the complexity of features offered and ease of use.

Keyword: e-banking, value chain analysis, perceptual map analysis, competitive advantage