

## INTISARI

Strategi perusahaan adalah rencana yang digunakan pihak manajemen perusahaan untuk mengetahui posisi pasar dari perusahaan, menjalankan operasional perusahaan, menarik dan menyenangkan customer, bersaing secara sukses dan meraih tujuan-tujuan perusahaan. Strategi memerlukan pilihan perusahaan di antara beberapa alternatif dan menunjukkan komitmen dari organisasi untuk pasar tertentu, pendekatan-pendekatan untuk bersaing dan cara menjalankan perusahaan. Manajemen perusahaan harus membentuk strategi bersaing untuk menguasai pasar dan membentuk keunggulan bersaingnya.

Tesis ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi bersaing PT Bank OCBC NISP Tbk khususnya dalam program pemberian kredit kepada unit mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang lebih dikenal dengan nama segmen *emerging business*. Kondisi perekonomian Indonesia yang semakin meningkat menyebabkan industri perbankan nasional 2017 diwarnai dengan persaingan di segmen *emerging business*.

Saat ini pertumbuhan segmen *emerging business* didukung banyaknya peluang, seperti UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran yang strategis dan penting dan menjadi pilar ekonomi nasional dan berdampak pada industri perbankan mengubah strateginya dengan merubah pola pemberian kredit perbankan menjadi lebih banyak memberikan kredit di segmen *emerging business*.

Hal inipun terjadi di Bank OCBC NISP yang mencoba untuk meningkatkan pemberian kredit di sektor UMKM karena laba yang diperoleh lebih maksimal di samping itu resiko pemberian kredit di sektor ini minimal.

Tujuan riset ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal Bank OCBC NISP yang memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan kredit, menganalisis gap perusahaan, mencoba menemukan strategi alternatif yang sesuai dan terakhir adalah untuk memberikan rekomendasi strategi terbaik yang dapat diambil dalam memberikan kredit kepada segmen *emerging business*.

Alat-alat analisa yang digunakan adalah Karakteristik Industri, Porters Five Forces Model, Driving Forces dan Key Success Factors. Penelitian ini memberikan hasil bahwa untuk memenangkan persaingan, Bank OCBC NISP harus menggunakan beberapa strategi (produk, harga, proses) dan memiliki kemampuan yang kuat, jaringan distribusi, ketersediaan dana, serta *consumer based* yang cukup mapan.

Kata kunci: strategi bersaing, industri perbankan, segmen *emerging business*, UMKM, analisa karakteristik industri, analisa faktor eksternal dan internal perusahaan, strategi alternatif, rekomendasi strategi.

## **ABSTRACT**

*A company strategy is a plan used by the management company to know the market position of the company, conduct its operations, attract and delight customers, compete successfully, and achieve organizational objectives. A strategy thus entails managerial choices among alternatives and signal organizational commitment to specific markets, competitive approaches, and ways of operating. Enterprise management must form a competitive strategy to dominate the market and establish its competitive advantage.*

*This thesis aims to evaluate the competitive strategy of PT Bank OCBC NISP Tbk, specially preferred on micro, small and medium enterprise (MSME) lending program, better known as emerging business segment. Indonesia's economic condition is increasing, causing the national banking industry in 2017 is colored by competition in the emerging business segment.*

*Now a days, the growth of emerging business segment lending program by several opportunities such as the MSME in national economy have an important and strategic roles and become the pillars of national economy and has an impact on the banking industry to change its strategy by changing the pattern of bank lending to give more credit in the emerging business segment.*

*It also happened at Bank OCBC NISP which tries to increase the share in giving lending to MSME sector because the profit of lending in this sector is maximize but the risk is minimize.*

*This research objectives are to identified external and internal factors of Bank OCBC NISP which positively influence credit growth, analyze company gap, try to find the fit alternatives strategies, and the last is to propose the best strategy recommendation that can be taken in giving credit to the emerging segment business.*

*The research instrument to be used are Industry Characteristics, Porter's Five Forces Model, Driving Forces and Key Success Factors. The research resulting that to compete successfully, Bank OCBC NISP must use some strategies that are strategy of product, strategy pricing, process and have strong ability, distribution network, availability of fund, and consumer base which is well established.*

*Key words: competitive strategy, banking industry, emerging business segment, MSME, industry characteristic analysis, external and internal corporate analysis, alternative strategy, strategic recommendation.*