



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor dominan yang berpengaruh terhadap unit bisnis Divisi Usaha Menengah Bank BNI dalam menyalurkan kredit komersial menengah, analisis penerapan strategi bersaing, serta *key success factors* yang menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*).

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dimana data primer bersumber dari laporan perkembangan kredit, laporan tahunan perusahaan, data EIS (*Executive Information System*), prospektus Bank BNI dan hasil wawancara dengan pejabat dan staf yang terkait dengan penyusunan dan kajian strategi perusahaan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti majalah Infobank, Bank & Manajemen, web site BNI dll. Metode analisis digunakan analisis EFE, analisis lingkungan industri dengan *five forces analysis* dari Porter, dan analisis internal digunakan IFE yang selanjutnya dipetakan dalam diagram SWOT dan matriks TOWS/SWOT.

Kesimpulan hasil penelitian, faktor eksternal yang berpengaruh adalah faktor ekonomi dan kebijakan pemerintah, faktor lingkungan industri adalah persaingan dalam industri sejenis, dan faktor internal adalah aspek operasional, aspek pemasaran dan sumber daya manusia. Strategi yang digunakan BNI saat ini adalah strategi fokus pada segmen komersial menengah dengan melakukan pengembangan pasar (*market development*). Hasil pemetaan matriks SWOT, posisi perusahaan pada kuadran I, sehingga digunakan strategi pertumbuhan agresif. *Key Succes Factors* Divisi Usaha Menengah Bank BNI adalah : 1) Harga yang bersaing, 2) Proses kredit yang cepat, 3) Keahlian SDM. 4) Jaringan distribusi, 5) *Brand identity* yang kuat 6) Pelayanan unggul.

Kata kunci : Divisi Usaha Menengah Bank BNI, kredit komersial menengah, EIS



ABSTRACT

This research aims to analyze the dominant factors affected bussines unit of BNI Middle Business Division.in distributing middle commercial segment credit, analyzing competitive strategy implementation and key success factors that able to create competitive advantages.

The basic methode used in this research is deskriptif analysis, the source of primary data is obtained from credit performance report, BNI annual report, Executive Information System (EIS), BNI's prospectus and interview with some executive officer whose interrelated in making and evaluating company strategy. Secondary data is obtained from any sources such as Infobank magazine, Bank & Manajemen magazine, BNI web site,etc. The methode of analysis are industry environment analysis by Porter five forces analysis, EFE (External Factors Evaluation) for identifying external environment and IFE (Internal Factors Evaluation) for identifying internal environment. The identified factors are mapped into SWOT diagram and TOWS/SWOT matrix.

The research finding shows that the external factor affected to the company are economic and government policies, in industry environment factor is rivalry among industry, and internal factor are operational factor, marketing factor and human resources factor. The present strategy implemented by BNI is focus strategy in middle commercial segment along with implementation of market development strategy.

The result of mapping SWOT matrix, show that company position is in quadrant I and the recommended strategy for the company is agresif growth strategy. Key Succes Factors of BNI middle business division are 1).The competitive price 2).The time process of credit 3).The excellent of human resources 4).The distribution channel 5).Brand identity and 6).Service excellent.

Key words : BNI Middle Business Division, middle commercial segment credit, EIS