

INTISARI

Bank Mandiri memiliki visi untuk menjadi *Dominant Multi Specialist Bank* pada tahun 2008 untuk selanjutnya menjadi *Regional Champion Bank* pada tahun 2010. Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, Bank Mandiri perlu memperkuat sektor *retail* dan menguasai atau mendominasi sentra perdagangan yang besar dan potensial di kota – kota besar di Indonesia terutama DKI Jakarta. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Bank Mandiri pada akhir tahun 2005 di 11 sentra perdagangan yang terbagi dalam 5 *cluster* usaha, merepresentasikan 11 sentra perdagangan yang mencakup 72 % unit usaha perdagangan dan 69% omset usaha perdagangan dalam negeri DKI Jakarta, *market share* untuk pinjaman masih dikuasai oleh kompetitor utamanya yaitu BCA dengan *market share* 74%.

Tulisan ini bertujuan untuk mengevaluasi implementasi strategi Bank Mandiri dan memformulasikan alternatif strategi bersaing Bank Mandiri khusus di sentra perdagangan yang dikuasai oleh BCA dengan fokus pada *cluster* tekstil khususnya Pasar Tanah Abang. Adapun tujuan formulasi strategi tersebut untuk meningkatkan *market share* Bank Mandiri dalam hal pemberian kredit (*lending*). Perumusan strategi dimulai dengan analisa lingkungan internal dan eksternal serta situasi/kondisi lingkungan pasar/pelanggan yang meliputi aspek produk, jaringan, layanan dan sumber daya manusia.

Hasil analisa menunjukkan dari aspek jumlah jaringan cabang, Bank Mandiri sudah dapat bersaing dan memiliki lokasi yang representatif di Pasar Tanah Abang. Untuk penetrasi produk *lending* Bank Mandiri melakukan perbaikan *product*, *pricing* seperti pemberian kredit yang didasarkan pada *asset based lending*, dengan tingkat suku bunga kredit dan suku bunga *take over* yang kompetitif, persyaratan dan kecepatan proses yang mudah.

Aspek sumberdaya manusia menjadi pertimbangan akhir, mengingat *delivery service* bergantung pada kualitas sumberdaya manusia. Strategi pengembangan sumberdaya manusia perlu juga dilakukan dengan menempatkan pegawai yang beretnis sesuai dengan mayoritas etnis pada area tersebut.

Kata Kunci : Implementasi Strategi, Cluster Usaha, Tanah Abang, Lending

ABSTRACT

Bank Mandiri has a vision to be a Dominant Multi Specialist Bank in 2008 and be a Regional Champion Bank in 2010. In order to reach that vision, Bank Mandiri must strengthen retail sector and dominated big and potential market in big cities such as DKI Jakarta. Based on survey in 2005 at 11 trade centre, which is divided into 5 cluster that represent 72% trade unit and 69% total omzet in DKI Jakarta, BCA still dominant in market share for lending 74%.

The purpose of this research is to evaluated implementation of Bank Mandiri's strategy and formulated alternative strategy for Bank Mandiri to win the competition. The formulated strategy is created in order to increase Bank Mandiri market share in lending product. The creation of strategy is begin with an analysis from external and internal environment and also condition of market, product, service, network and human resources.

The result of analysis shows that for some aspect Bank Mandiri have a competitive point and representative location in Tanah Abang.

In order to sharpen market penetration of lending product still Bank Mandiri have to improved in product, pricing and service. Lending product need significant improvement such as interest rate, legal aspect and credit process.

Human resources aspect will be the last concern, because the delivery service depends on human resources quality. Strategy of human resources must be delivered by placing ethnic employee in certain condition and environment.

Keyword : Strategy Implementation, Cluster, Tanah Abang, Lending