

Daya tarik kota Yogyakarta sebagai kota pendidikan masih menjadi kontribusi yang cukup besar bagi pasar properti di kota ini. Pertambahan jumlah pelajar dan mahasiswa yang melanjutkan pendidikannya di Yogyakarta praktis meningkatkan kebutuhan akan sebuah rumah tinggal yang layak dan berkualitas baik. Selain sebagai kota rujukan untuk melanjutkan studi, perkembangan kota Yogyakarta yang semakin pesat yang ditunjang oleh berbagai macam pengembangan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan perdagangan dan jasa, memberikan dampak pada peningkatan permintaan akan sebuah properti untuk kegiatan usaha.

Survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa 70,6% masyarakat membeli properti dengan menggunakan fasilitas pinjaman/kredit dari bank yang lebih dikenal dengan nama Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Di wilayah Yogyakarta, pada tahun 2009 terjadi kenaikan penyaluran kredit properti ke perorangan oleh bank umum sebesar 10.26 % (yoy) dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan penyaluran Kredit Pemilikan Rumah (KPR) ini juga dilatarbelakangi oleh semakin membaiknya perekonomian di Indonesia dan terjaganya nilai inflasi sehingga mampu menggerakkan bunga pinjaman ke arah bawah (menurun). Dengan meningkatnya daya beli masyarakat sekaligus menurunnya bunga pinjaman membuat semakin banyak masyarakat yang berinvestasi di properti.

Kenaikan penyaluran kredit properti/KPR di Yogyakarta berbanding terbalik dengan penyaluran kredit properti/KPR Bank CIMB Niaga Yogyakarta yang justru mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Kondisi ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya semakin banyak bank yang tertarik dan turut ambil bagian dalam menggarap potensi bisnis yang bisa didapatkan dari produk KPR, selain imbal hasil yang dapat diperoleh tidaklah sedikit, faktor jaminan yang relatif aman dan mudah diperjualbelikan, menjadikan bank semakin agresif dalam bersaing memperebutkan pasar yang semakin tumbuh. Masing-masing bank saling bersaing dalam menawarkan produk KPR-nya lewat berbagai macam strategi dan kegiatan promosinya. Faktor lainnya yang menyebabkan menurunnya portofolio bisnis KPR Bank CIMB Niaga Yogyakarta justru berasal dari internal perusahaan dimana struktur organisasi yang sering berubah mengharuskan karyawan beradaptasi dengan sistem/cara kerja yang baru. Selain itu kurangnya aktivitas promosi yang diselenggarakan oleh Bank CIMB Niaga untuk meningkatkan *awareness* masyarakat Yogyakarta terhadap produk KPR-nya semakin membuat Bank CIMB Niaga tenggelam dalam gemerlap promosi lewat berbagai cara dan inovasi yang dilakukan oleh bank kompetitor untuk memenangi persaingan bisnis KPR yang semakin ketat ini.

Dengan menggunakan sebuah *tool* dari Hax & Majluf (1996) agar Bank CIMB Niaga Yogyakarta tetap memiliki keunggulan kompetitif sehingga dapat meningkatkan portofolio produk KPR-nya maka beberapa langkah yang harus dilakukan adalah fokus pada bisnis KPR dengan mengaplikasikan strategi yang tepat dan inovatif, mendominasi apapun yang berkaitan dengan produk KPR (*product leadership*), dan memaksimalkan investasi di bidang teknologi informasi (IT) serta sumber daya manusianya.



Analisis strategi bersaing Bank CIMB Niaga wilayah Yogyakarta dalam menghadapi persaingan layanan

kredit kepemilikan rumah (KPR)

HASTABRATA, Gerardus, Amin Wibowo, Dr., MBA

Kata kunci : Yogyakarta sebagai kota pendidikan, peningkatan permintaan

Universitas Gadjah Mada, 2010 | Ditinjau dari <http://echn.epository.ugm.ac.id/>

terhadap kredit properti, persaingan penyalurkan produk KPR antar bank, strategi bersaing, fokus, mendominasi, memaksimalkan investasi.

The attractiveness of Yogyakarta as the City of Education has still provided quite substantial contribution to property market of this city. Increasing number of secondary school and college students continuing their education in Yogyakarta, in fact, has increased the demand on reliable and good quality housing. In addition, as the city of reference for advanced study, increasingly rapid development of Yogyakarta supported by various facilities and infrastructure for trade and service activities provides impacts on the increasing demand on the property for business.

A survey conducted by Bank Indonesia stated that 70.6% community members purchasing properties utilized banking loan facility well known as KPR (Mortgage Loan). In Yogyakarta, during 2009 an increase in property lending to individuals by commercial banks was 10.26% (yoy) compared to the previous year. This increased Mortgage Loan was also motivated by improved Indonesian economic situation and the preservation of inflation rate in its ability to decrease loan interest (declining). The improving consumers' purchasing power as well as the declining interest rates encouraged the greater number of community members to make investment in property sector.

The increasing property lending/mortgage loan in Yogyakarta was inversely proportional to property lending / mortgage loan of Bank CIMB Niaga Yogyakarta that was decreasing from year to year. This condition was caused by several factors; among others was more banks were interested and participated in capturing business potential from the mortgage loan product. In addition to its greater yield, relatively safe and easily saleable collaterals made the banks more aggressive in competing for the increasingly growing market. Individual bank participated in competition by offering its individual mortgage products through various strategies and promotional activities. Other factors that might decrease the mortgage portfolio of Bank CIMB Niaga Yogyakarta involved internal factor; i.e. organizational structure often changed and it required employees to adapt to the new system/procedure. Besides, the lack of promotional activities organized by Bank CIMB Niaga to increase the Yogyakarta public awareness on its loan mortgage product made the Bank CIMB Niaga immersed among the sparkling promotions through the various ways and innovations made by its competitors in winning the increasingly tight competition of the loan mortgage business.

Using Hax & Majluf's tool (1996) to make Bank CIMB Niaga Yogyakarta still having competitive advantage for the higher portfolio of mortgage products, some measurements that should be conducted involved efforts to focus on the loan mortgage business by adopting appropriate and innovative strategies, dominating anything related to loan mortgage product (product leadership), and maximizing investments in information technology (IT) and human resources.

Key words : *Yogyakarta as the city of education, increasing of mortgage lending's demand, competition of mortgage lending among banks, competitive strategic, focus, dominance, maximize investment.*