

Intisari

Tahun 2013 sampai dengan 2014 merupakan tahun yang penuh tantangan baik dari perspektif ekonomi maupun politik, karena euforia pemilihan umum dan pengurangan subsidi BBM di Indonesia. Pada tahun 2014 terjadi perlambatan perekonomian mencapai 5,1%, sehingga menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Ketatnya persaingan juga diakibatkan pesatnya arus modal masuk dari investor asing ke Indonesia yang berakibat berlimpahnya likuiditas di pasar sehingga dapat mengakibatkan penurunan marjin lebih lanjut dan tantangan untuk mendapatkan biaya dana yang lebih murah.

Bank Sumitomo Mitsui Indonesia (SMBCI) adalah bank yang berasal dari Jepang, yang sudah berdiri di Indonesia sejak tahun 2001. SMBCI memprioritaskan pelayanan kepada nasabah Jepang, khususnya perusahaan-perusahaan besar. Walaupun segmen dan target pasar SMBCI mengambil pangsa pasar yang kecil namun persaingan yang dihadapi SMBCI sangatlah ketat. Sampai saat ini pesaing terdekat SMBCI adalah bank yang memiliki segmen dan target pasar yang sama dengan SMBCI. Pesaing terdekat SMBCI tidak lain adalah bank-bank yang juga berasal dari Jepang. Penelitian ini menjadi menarik karena sampai saat ini SMBCI tetap bertahan dalam pangsa pasarnya dan SMBCI mampu menjadi pesaing kuat yang patut diperhitungkan oleh para pesaing terdekatnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jawaban tentang suksesnya strategi bisnis SMBCI dalam persaingan industri perbankan dengan cara melakukan evaluasi terhadap strategi bisnis SMBCI.

Penelitian ini dilakukan selama Januari sampai Maret tahun 2014, dengan mengambil data SMBCI dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang didapat dari proses wawancara, observasi, serta kajian pustaka. Evaluasi strategi bersaing SMBCI dilakukan dengan melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal yang dihadapi oleh SMBCI yang kemudian hasil dari analisis tersebut digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap strategi bersaing SMBCI dalam memenangkan persaingan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan SMBCI dalam bersaing dengan pesaing terdekatnya berjalan dengan efektif. Hal itu disebabkan karena segmen pasar yang diambil SMBCI sangat sulit untuk dimasuki oleh pendatang baru sebagai akibat karakter nasabah Jepang yang sangat loyal dengan bank yang berasal dari negaranya dan selain itu mampunya SMBCI memaksimalkan keunggulan bersaingnya untuk bersaing dengan pesaing baru dan pesaing terdekatnya.

Kata kunci: Evaluasi, Strategi Bersaing.

Abstract

In 2013 until 2014 was a year which had full of challenges both from economic perspective and politic, because of the election euphoria and reduction in fuel subsidies in Indonesia. In 2014 it was about of economy deceleration happened until 5,1%, so that it caused the competition in banking industry was getting high. High of competition was also caused because of rapid capital came from the foreigner investor to Indonesia which was caused abundance liquidity in market so that it caused decrease margin and challenge to get the cheap cost of fund.

Sumitomo Mitsui Indonesia Bank (SMBCI) is a bank which come from Japan, and it has been established in Indonesia since 2011. SMBCI give the priority service to Japan clients especially for the big companies. Although the segment and market target of SMBCI take the small market, but the competition that is faced by SMBCI is so tide. Until now the most closed competitor is the banks which has the segment and market target which is same to SMBCI. The most closed competitor SMBCI are the banks which come from Japan. This research became interested because until now SMBCI still stand in its market and SMBCI also can be strong competitor which proper by the closed competitors. The purpose of this research was for knowing about a sucessfull of SMBCI business strategy in Banking industry competition by doing evaluation toward SMBCI strategy business.

This research was done during January until March 2014, by taking SMBCI data from 2012 until 2014. This research used both primary data and secondary which were got from interview process, observation and literature review as well. SMBCI competitive strategy evaluation was done by doing analysis toward eksternal and internal environment which was faced by SMBCI and then the result from that analysis was used to do the evaluation toward SMBCI competitive strategy in winning the competition.

The result of this research show that strategy was used by SMBCI in competitive with closed competitor was doing effective. That thing was caused because market segment which was taken by SMBCI was very complicated to be entered by the new comer as the Japan client character issue which was very royal with the bank which came from its country and besides the SMBCI ability to maximize competitive superiority to compete with new competitor and closed competitors.

Keywords: Evaluation, Competitive strategy