

# Analisis perbandingan manajemen strategi pada bank pembangunan daerah di Indonesia

**Nuzulia Faiqotul Himmah**

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

e-mail: 210503110093@student.uin-malang.ac.id

**Kata Kunci:**

manajemen strategi;  
perbandingan;  
manajemen bisnis;  
renstra jangka Panjang;  
metode

**Keywords:**

strategic management;  
comparison; business  
management; long-term  
strategic plan; methods

**ABSTRAK**

Pada kinerja suatu bank dinilai dengan menganalisis laporan keuangannya sedangkan untuk menilai resiko yang mungkin terjadi pada suatu bank dilihat dari manajemen strategi dan manajemen risiko. penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui kinerja pada Bank Pembangunan Daerah A, B dan C yang di mana terdapat manajemen strategi manajemen pemasaran manajemen risiko manajemen bisnis teknologi layanan dan produk serta rencana strategi jangka panjang. jenis penelitian yang digunakan adalah literatur review dengan pendekatan kuantitatif. Yaitu data tahunan dari 2022 yang di mana terbukti bahwa kinerja menunjukkan focus orientasinya masing-masing. untuk meningkatnya kinerja bank harus melakukan evaluasi internal agar memperkecil resiko.

**ABSTRACT**

The performance of a bank can be assessed by analyzing its financial reports, while assessing the risks that may occur in a bank can be seen from strategic management and risk management. This research was carried out with the aim of knowing the performance of Bank A, B and C where there is strategic management, marketing management, risk management, business management, technology, services and products, as well as long-term strategic plans. The type of research used is a literature review with a quantitative approach. Namely annual data from 2022 where it is proven that the performance of each bank depend to their own orientation. To improve bank performance, they must carry out internal evaluations to minimize risk.

## Pendahuluan

Yang menjadi salahsatu tolak ukur dalam pembangunan nasional yang menjadi fokusnya pemerintahan dalam pelaksanaan pembangunan pada jangka pendek dan jangka panjang yaitu Pembangunan ekonomi. pembangunan ekonomi yang selalu menjadi industri jasa pada keuangan terutama dalam perbankan adalah salah satu sektor yang sangat diharapkan baik dalam menunjang kegiatan pembangunan nasional dan peran ini diwujudkan dalam fungsi utama pada perbankan sebagaimana perbankan merupakan lembaga perantara antara debitur selaku peminjam dana dan kreditur selaku pemilik dana.



*This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.*

*Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.*

Oleh sebab itu pelaku ekonomi yang sangat membutuhkan dana untuk menunjang suatu kegiatan usahanya dapat dibiayai melalui fasilitas yang telah disediakan perbankan sehingga dapat mendorong pergerakan roda perekonomian pada suatu negara.

### Metode penelitian

Pada petelitian ini menggunakan literatur review dengan pendekatan kuantitatif dan metode studi kasus pada PT Bank A PT BPD Jawa Tengah dan PT BPD Aceh. Sehingga data ini lebih informatif bagi pihak lainnya. Model teknik analisis matematis yang dipilih adalah statistik komparatif yang menunjukkan untuk penentuan perbedaan antara idealitas atau harapan pencapaian rasio keuangan berdasarkan strateginya dan program yang telah ditetapkan untuk mengkaji secara dalam.

### Pembahasan

Dengan adanya rencana strategi pada suatu daerah atau bank di suatu daerah dapat mewujudkan target indikator kinerja daerah pada rencana pembangunan jangka menengah suatu bank serta target sasaran pembangunan nasional rencana strategis ini memuat tujuan, sasaran dan kegiatan. Suatu dokumen perencanaan yang berorientasikan pada hasil yang ingin dicapai atau diperoleh dalam kurun waktu 1 sampai 5 tahun mendatang. Dalam suatu rencana strategi hasil dari analisis yang dilakukan bank baik dari analisis pasar SWOT monitoring dan evaluasi. pada pembahasan artikel ini berisi rencana strategi 3 bank yang di mana yaitu Bank A PPD DKI dan Bank C.

**Tabel 1.** Rencana Strategi 3 Bank

Indikator	Bank A	Bank B	Bank C
<b>Produk &amp; Layanan</b>	<p>1) Mengembangkan produk kredit/pembiayaan konsumen yang memiliki keunggulan kompetitif.</p> <p>2) Mengembangkan produk yang kreatif dan menarik agar pilihan produk menjadi lebih beragam, menciptakan kondisi yang menguntungkan</p>	<p>1) Mengembangkan produk perbankan DIY (tabungan, deposito, giro, kredit).</p> <p>2) Mobilisasi modal yang efektif.</p> <p>3) Meningkatkan pelayanan, mengembangkan inovasi dan memberikan solusi terbaik bagi kebutuhan seluruh pemangku kepentingan</p>	<p>1) Pelayanan yang diberikan Bank Jateng sudah optimal.</p> <p>2) Karena kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan tumbuh dan berkembangnya lembaga keuangan khususnya Bank Jateng agar dapat bertahan dan terus eksis dalam menghadapi</p>

	<p>bagi pelanggan untuk memilih.</p> <p>3) Mengembangkan produk, layanan, dan pengelolaan dana yang kompetitif untuk menciptakan struktur penggalangan dana yang efektif.</p> <p>4) Meningkatkan dan mengembangkan fungsionalitas produk dan layanan perbankan digital.</p> <p>5) Memberikan dukungan perbankan digital untuk mendukung program e-transaksi bagi pemerintah daerah, pemerintah pusat dan lembaga/lembaga lain</p>		<p>persaingan antar lembaga keuangan saat ini.</p> <p>3) Memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik untuk menjamin kepuasan pelanggan.</p>
<b>Bisnis</b>	<p>1) Bisnis Pengembangan bisnis jangka panjang dan jangka pendek.</p> <p>2) Meningkatkan kualitas kredit dan keuangan melalui kebijakan restrukturisasi dan upaya penyelesaian serta pencegahan utang bermasalah.</p>	<p>1) Mempercepat operasional bisnis dengan meningkatkan penggerak pertumbuhan, memperluas ekosistem, meningkatkan kolaborasi dan sinergi berkelanjutan.</p>	<p>1) Menerapkan prinsip kehati-hatian.</p> <p>2) Memberikan orientasi pengembangan usaha jangka pendek dan menengah.</p> <p>3) Meningkatkan prinsip perbankan</p>

<b>Manajemen pemasaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memaksimalkan promosi layanan digital untuk meningkatkan pendapatan komisi dan brand awareness.</li> <li>2) Meningkatkan kegiatan pemasaran melalui sarana periklanan yang terencana.</li> <li>3) Mengembangkan alat/instrumen pemasaran modern untuk membantu tim pemasaran membawa produk ke pasar dengan lebih mudah.</li> <li>4) Memperluas kerjasama dengan organisasi/instansi pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat di bidang usaha.</li> <li>5) Meningkatkan pangsa pasar kredit secara efektif dengan menjajaki rantai pasokan yang sesuai.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memperkenalkan kepada pelanggan sejumlah produk, baik pembaruan produk lama maupun pembaruan produk baru dengan banyak manfaat yang beragam.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Segmentasi/pengelompokan pelanggan dibutuhkan agar kegiatan pemasaran dapat disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, kekuatan dan daya beli kelompok pelanggan. cabang berlokasi strategis untuk mendukung keberhasilan proses pemasaran ini.</li> <li>2) Selain itu, saluran pemasaran, cakupan pasar, konsolidasi, inventaris dan transportasi di sekitar bank juga harus dipertimbangkan.</li> </ol>
<b>Manajemen Resiko</b>	Risiko Memperluas program yang ada pada Perbankan PT A	Memperkuat pengawasan implementasi kerangka	Menjaga reputasi PT BPK Bank Jateng
<b>Teknologi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memperkuat infrastruktur dan manajemen TI serta sistem informasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mengembangkan kapasitas dan kapasitas sumber daya manusia dan teknologi informasi untuk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Meningkatkan kualitas pelayanan dan brand image Bank Jateng.</li> </ol>

	<p>manajemen untuk mendukung pengembangan perbankan digital.</p> <p>2) Mengembangkan produk dan layanan perbankan digital yang sesuai dengan preferensi nasabah.</p>	<p>memenuhi kebutuhan bisnis.</p>	<p>2) Meningkatkan layanan digital dengan permodalan yang kuat dan memenuhi kriteria bank sehat.</p>
<b>Rencana Jangka Panjang</b>	<p>Mempertimbangkan peran Bank sebagai agen pembangunan dan sebagai bank komersial yang mendukung keuntungan dan pertumbuhan.</p>	<p>Menyelaraskan visi dan misi Bank DKI ke depan dengan Rencana Pembangunan Bank DKI 2021-2025.</p>	<p>Memberikan orientasi pembangunan jangka panjang untuk mewujudkan visi dan misi.</p>

Setelah dijabarkan nya renstra pada 3 bank tersebut, perlunya untuk menganalisis dari produk layanan, manajemen bisnis, manajemen pemasaran, manajemen resiko, teknologi dan rencana jangka panjang pada bank A, bank B, dan bank C.

### Produk dan Layanan

Setelah tercapainya rencana strategi ini pada rencana strategi produk dan layanan di Bank A yaitu yang di mana itu mengembangkan produk kredit atau pembiayaan konsumen yang memiliki keunggulan kompetitif serta mengembangkan produk-produk yang inovatif dan menarik. Sehingga semakin beragam pilihan produk yang akan memudahkan preferensi nasabah yang di mana sesuai dengan tujuan utama Bank cabang DIY yaitu untuk meningkatkan kualitas agar lebih dipercayanya suatu nasabah.

Bank Jateng memiliki beberapa pilihan simpanan yaitu tabungan Bima Simpedes simpanan pelajar serta deposito berjangka, selain simpanan juga beberapa produk pinjaman Bank Jateng itu berupa pinjaman pribadi atau pula kredit untuk pembelian KPR dan kendaraan bermotor untuk membangun perekonomian daerah Bank Jateng ini juga bekerjasama dengan pemerintahan melalui program kur atau kredit usaha rakyat yang memfasilitasi nasabahnya untuk mendapatkan pinjaman modal.

Melalui produk dan layanan yang dimiliki oleh Bank Jateng juga berupaya untuk menghadirkan kemampuan bagi kemasyarakatan Jakarta, misalnya sebagai Kartu Pintar prabayar yang dapat dipergunakan sebagai alat perantara pada modal transaksi umumnya transaksi di Jakarta.

### Manajemen Bisnis

Pada bank DIY yaitu pada manajemen bisnisnya ataupun pengembangan usaha baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek setelah itu juga meningkatkan

kualitas kredit atau pembiayaan melalui kebijakan restrukturisasi serta melakukan upaya penyelesaian dan pencegahan kredit bermasalah secara intensif.

Pada bank DKI yang di mana manajemen bisnisnya yaitu untuk mengakselerasi bisnis melalui penguatan mesin pertumbuhan perluasan ekosistem peningkatan kolaborasi dan Sinergi yang berkelanjutan. Oleh sebab itu dengan kemajuannya ekosistem di Jakarta mempengaruhi suatu manajemen bisnis pada bank DKI Jakarta yaitu penguatan mesin pertumbuhan.

Adapun manajemen bisnis pada Bank Jateng yaitu menerapkan prinsip kehati-hatian yang di mana memberi arah untuk pengembangan usaha baik dalam jangka pendek maupun jangka menengah dan menjadikan dasar perbankan yang sehat sesuai dengan visi dan misi pada Bank Jateng.

### **Manajemen Pemasaran**

Manajemen Pemasaran yang ada pada bank DIY yaitu untuk memaksimalkan promosi jasa layanan berbasis digital untuk meningkatkan fee Based income dan brand orange serta untuk meningkatkan kegiatan pemasaran melalui media iklan secara terjadwal. Untuk mengembangkan marketing tools atau kit yang modern sehingga memudahkan tim pemasar untuk memasarkan produk yang di mana dalam memperluas kerjasamanya dengan lembaga pemerintahan dan instansi Manajemen Pemasaran ini dapat berkembang dengan baik.

Pada Manajemen Pemasaran di Bank DKI yaitu mengenalkan produk tertentu kepada nasabah baik produk lama yang diperbarui maupun produk baru dengan berbagai keunggulannya seperti Jakarta card yang di mana produk ini dipasarkan melalui layanan modul banking.

Pada Bank Jateng yaitu segmentasi atau pengelompokan nasabah diperlukan agar pemasaran yang dilakukan dapat sesuai dengan kebutuhan keinginan kekuatan dan daya beli dari kelompok-kelompok nasabah. Pada letak posisi kantor cabang juga harus strategis. Oleh sebab itu, dalam Indonesia ini Bank Jateng sangat mudah untuk ditemui karena lokasinya yang sangat strategis. Bank Jateng juga selalu memperhatikan saluran pemasaran ruang lingkup pasar pengelompokan persediaan dan transportasi di sekitar bank yang di mana di Jawa Tengah merupakan suatu lokasi yang sangat signifikan.

### **Manajemen Resiko**

Penerapan manajemen risiko tidak hanya merupakan tuntutan regulasi namun juga merupakan kebutuhan dari Lembaga keuangan di Indonesia (Ihyak, 2023; Fatah, 2023; Melinda & Segaf, 2023; Qulyubi, 2023). Perbankan menerapkan manajemen risiko untuk melakukan tindakan pencegahan atau mitigasi terhadap kerugian yang mungkin akan dialami di masa yang akan datang (Syadali, 2023). Pada manajemen risiko antara Bank DIY, DKI dan Bank Jateng sangat berpengaruh. Pada bank DIY yaitu mengembangkan program yang ada pada PT Bank A Yang di mana program DIY yaitu merupakan program dari pemerintahan yang berupa pembiayaan untuk keperluan modal usaha kepada para pelaku UMKM yang ada pada daerah Yogyakarta. Pada bank DKI yaitu untuk meningkatkan pengawasan pelaksanaan pada kerangka kerja yang ada

pada suatu daerah yaitu daerah DKI Jakarta. Sedangkan pada Bank Jateng yaitu manajemen risikonya untuk selalu menjaga reputasi PT BPD Bank Jateng.

### **Teknologi**

Pada bank DIY untuk memperkuat manajemen dan infrastruktur teknologi informasi serta sistem informasi manajemen yaitu yang di mana untuk mendukung pengembangan digital banking pengembangan produk dan layanan digital banking yang adaptasi terdapat preferensi nasabah.

Pada bank DKI yaitu untuk mengembangkan kapasitas dan kapabilitas sumber daya manusia dan teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhan bisnis yang dimana pada daerah Jakarta ini karena sudah maju akan adanya teknologi bank harus menyeimbangkan adanya kemajuan teknologi tersebut.

Pada Bank Jateng yaitu meningkatkan kualitas layanan dan corporate image Bank Jateng dimana sesuai dengan manajemen bisnis yaitu Selalu menjaga kualitas Bang Jateng. meningkatkan layanan digital dengan permodalan yang kuat serta memenuhi kriteria bank yang sehat yang mana sesuai dengan visi misi Bank Jateng.

### **Rencana Jangka Panjang**

Pada bank DIY rencana jangka panjangnya yaitu untuk mempertimbangkan Peran bank sebagai agen pembangunan dan sebagai bank umum yang tetap menguntungkan dan berkembang.

Rencana jangka panjang pada Tahun 2022 sampai 2024 yang disusun dengan selalu memperhatikan aspirasi stakeholder utama yaitu pemegang saham pengendali, dewan komisaris, direksi dan pejabat Bank Jateng. pada rencana jangka panjang ini selalu memperhatikan prinsip kehati-hatian dan asas perbankan yang sehat serta mempertimbangkan faktor eksternal dan faktor internal, yang mencakup rancangan kerangka prioritas dan sasaran strategi 5 tahun mendatang.

Rencana jangka panjang 5 tahun sebagaimana yang sudah disusun bersama konsultan proxis dengan melibatkan parasted holder ya ini Pemprov. DKI Jakarta telah menetapkan rencana strategi jangka panjang pada tahun 2021 sampai 2025 Berdasarkan Keputusan direksi nomor. 17/KEP-DIR/XII/202 Pada tanggal 18 desember 2020 dan diberlakukan sejak tanggal 1 Januari 2021.

### **Kesimpulan dan Saran**

Dengan adanya rencana strategis pada suatu daerah atau bank di suatu daerah dapat mewujudkan target indikator kinerja daerah pada rencana pembangunan jangka panjang suatu bank serta target sasaran pembangunan nasional rencana strategi ini memuat tujuan, sasaran dan kegiatan. yang di mana suatu dokumen perencanaan yang berorientasikan pada hasil yang ingin dicapai atau diperoleh dalam kurun waktu 1 sampai 5 tahun mendatang. Dalam suatu rencana strategi hasil dari analisis yang dilakukan bank baik dari analisis pasar SWOT monitoring dan evaluasi pada pembahasan artikel kali ini berisi rencana strategi 3 perbankan dengan orientasi masa depannya masing-masing.

## Daftar Pustaka

- Bank DKI. (2022). Laporan pelaksanaan tata kelola PT. Bank DKI. <https://bankdki.co.id/integrations/storage/laporan-tata-kelola-perusahaan/Laporan%20Pelaksanaan%20Tata%20Kelola%20Bank%20DKI%20Tahun%202022.pdf>
- Fatah, M. I., Asnawi, N., Segaf, S., & Parmujianto, P. (2023). Case study at KSPPS BMT UGT nusantara Indonesia an analysis of using mobile applications to increase fee-based income. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1182-1191.
- Firdaus, F. (2019). Analisis kepuasan nasabah melalui kepercayaan nasabah, kualitas layanan dan kualitas produk (Studi kasus pada kospin jasa cabang weleri). *Anindyaguna Ekonobisnis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 1(2).
- Firmanda, A. F., & Lukastuti, F. (2022). Analisis peran mediasi kepuasan nasabah pada hubungan digital marketing dan brand loyalty pada Bank Jateng Cabang Wonosobo. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 29-49. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.212>
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (Edisi 7). *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ihyak, M., Segaf, S., & Suprayitno, E. (2023). Risk management in Islamic financial institutions (literature review). *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1560-1567. <http://repository.uin-malang.ac.id/16775/>
- Melinda, E., & Segaf, S. (2023). Implementation of risk management in murabahah financing at Bmt UGT Nusantara Nusantara Pasuruan. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 914-920. <http://repository.uin-malang.ac.id/16773/>
- Qulyubi, A., Suprayitno, E., Asnawi, N., & Segaf, S. (2023). Effect of company size ownership concentration auditor reputation board of commissioners and risk management committee on disclosure of enterprise risk management. *Enrichment: Journal of Management*, 13(3), 1851-1860. <http://repository.uin-malang.ac.id/16779/>
- Syadali, M. R. A., Segaf, S., & Parmujianto, P. (2023). Risk management strategy for the problem of borrowing money for Islamic commercial banks. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1227-1236. <http://repository.uin-malang.ac.id/16771/>