

Analisis perbandingan rencana strategis pada perbankan swasta di Indonesia

Azmi Sabita^{1*}, Lailatul Iftitachatil Fadlilah², Faza Ainunnisa Affandy³

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail:*210503110096@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

perbankan; Indonesia; rencana strategi; perbandingan.

Keywords:

banking; Indonesia; strategic plan; comparison.

ABSTRAK

Bank merupakan industri atau perusahaan yang beroperasi pada bidang pelayanan jasa atas keuangan masyarakat melalui kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit. Dalam setiap perkembangan lembaga perbankan, diperlukan usaha yang dapat meningkatkan kegiatan operasional perbankan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh pihak perbankan adalah dengan perencanaan strategis. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk

mengetahui perbandingan rencana strategis pada Bank Danamon, Maybank Indonesia, dan Bank Permata. Maksud dari dilakukannya perbandingan rencana strategi dari tiap tiap bank tentunya memiliki rencana strategi yang sesuai dengan visi masing-masing yang kemudian rencana tersebut dapat mengantarkan perbankan kepada tujuan dan arah target yang ingin dicapai. Tentunya pada Bank Danamon, Maybank, Bank Permata memiliki rencana strategis yang berbeda. Lembaga perbankan telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Salah satu faktor berhasilnya perkembangan pada lembaga perbankan adalah rencana strategis yang baik dan tepat. Bank Danamon, Maybank, dan Bank Permata telah membuat rencana strategis yang dapat membuat perusahaan mereka lebih berkembang. Dengan perbedaan fokus pengembangan, ketiga bank tersebut juga memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing.

ABSTRACT

Banks are industries or companies that operate in the field of public financial services through activities of collecting funds in the form of savings and channeling them back to the community in the form of credit. In every development of banking institutions, efforts are needed that can improve banking operational activities. One effort that can be carried out by banks is strategic planning. The purpose of this research is to find out the comparison of strategic plans at Bank Danamon, Maybank Indonesia and Bank Permata. The purpose of comparing the strategic plans of each bank is of course to have a strategic plan that is in accordance with their respective visions, which can then lead the bank to the goals and target areas it wants to achieve. Of course, Bank Danamon, Maybank, Bank Permata have different strategic plans. Banking institutions have experienced very rapid development. One of the factors for successful development in banking institutions is a good and appropriate strategic plan. Bank Danamon, Maybank, and Bank Permata have made strategic plans that can make their companies develop further. With different development focuses, the three banks also have their respective advantages and disadvantages.

Pendahuluan

Bank merupakan industri atau perusahaan yang beroperasi pada bidang pelayanan jasa atas keuangan masyarakat melalui kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

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

(Panuntun & Sutrisno, 2018). Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Pasal 1 angka 2 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank yaitu “Bank adalah badan usaha yang menghimpun uang masyarakat dalam bentuk tabungan dan mentransferkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lain untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak” (Kementerian Keuangan, 1998). Lembaga perbankan sudah dikenal di Indonesia sejak VOC mendirikan *Bank Van Leening*, pada tahun 1746. Pada tahun 1752 Bank tersebut disempurnakan menjadi *De Bank Courant en Bank Van Leening*, yang didirikan di pulau Jawa dan kemudian menjadi lembaga perbankan pertama di Indonesia (Christiani, 2012). Di masa itu, lembaga perbankan memiliki peran yang sangat penting sebagai penunjang kegiatan perdagangan melalui pemberian pinjaman dengan jaminan emas, perak, ataupun barang-barang berharga lainnya. Namun, pada tahun 1818 *De Bank Courant en Bank Van Leening* mengalami krisis keuangan dan akhirnya ditutup. Satu dekade setelahnya yakni 1828, pemerintah pada masa itu mendirikan *De Javansche Bank* (DJB) yang menjadi bank sirkulasi pertama di Asia dan nantinya menjadi cikal bakal Bank Indonesia ((Bank Indonesia), n.d.).

Saat ini lembaga perbankan semakin banyak mendapat kepercayaan dari masyarakat, terbukti dengan semakin berkembangnya lembaga perbankan di Indonesia, baik dari jenis, produk, layanan, maupun kegiatan operasionalnya (Fauziah & Segaf, 2022; Kartika & Segaf, 2022; Pratama & Segaf, 2022; Syadali et al., 2023). Berdasarkan tugas dan fungsinya, lembaga perbankan di Indonesia terbagi menjadi tiga jenis (MNCBank, n.d.), yaitu: 1) Bank Sentral, merupakan bank pusat yang fungsinya menjaga stabilitas moneter. Undang-Undang menunjuk Bank Indonesia sebagai bank sentral; 2) Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah, merupakan bank yang melakukan kegiatan operasional dengan memberikan layanan jasa lalu lintas pembayaran seperti penghimpunan dan penyaluran. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2021, tercatat jumlah bank umum konvensional di Indonesia terdapat 107 dengan 10 diantaranya adalah bank umum syariah; 3) Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), merupakan bank dengan jangkauan kegiatan usaha yang lebih sempit jika dibandingkan dengan bank umum. BPR dan BPRS berperan penting bagi pelaku UMKM terutama yang berada di daerah pedesaan. Pada tahun 2021, tercatat sebanyak 1.632 unit BPR yang 164 diantaranya merupakan BPRS (BPS 2021, n.d.). Yang menjadi objek pada penelitian ini adalah termasuk jenis bank umum konvensional yakni Bank Danamon, Maybank, dan Bank Permata.

Dalam setiap perkembangan lembaga perbankan, diperlukan usaha yang dapat meningkatkan kegiatan operasional perbankan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh pihak perbankan adalah dengan perencanaan strategis. Perencanaan strategis merupakan rangkaian daripada aktivitas manajemen organisasi dengan berfokus pada prioritas, energi dan sumber daya, peningkatan kinerja, serta memastikan bahwa karyawan dan seluruh *stake holder* menuju kepada satu tujuan yang sama, membuat keputusan yang berkaitan dengan tujuan tersebut, mengevaluasi serta menyesuaikan perubahan dengan arah tujuan organisasi (Prihantoro, 2021). Sementara rencana strategis merupakan dokumen berisi perencanaan strategis yang digunakan untuk mengkomunikasikan tujuan organisasi dan tindakan yang diperlukan perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi (Warlizasusi, 2018).

Profil Bank Danamon

PT Bank Danamon Tbk pertama kali didirikan pada 16 Juli 1956. Bank ini merupakan salah satu perusahaan keuangan terbesar di dunia yang berpusat di Jepang, MUFG (Mitsubishi UFJ Financial Group). Ini memiliki 897 cabang di seluruh provinsi Indonesia, yang mencakup unit syariah, cabang Adira Finance dan Adira Insurance, serta ATM dan CDM (Cash Deposit Machine) di 1.408 lokasi. Sejak 2019, Bank Danamon telah meluncurkan D-Bank, aplikasi mobile banking yang sangat membantu nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja.

Adapun visi, misi, dan nilai-nilai PT Bank Danamon Tbk adalah sebagai berikut: 1) Visi: Menjadi perusahaan yang peduli dan membantu jutaan orang mencapai kesejahteraan; 2) Misi: Menjadi lembaga keuangan terkemuka di Indonesia yang keberadaannya berarti melayani seluruh segmen dengan memberikan nilai unik berdasarkan keunggulan penjualan dan layanan yang didukung oleh teknologi kelas dunia; dan 3) Menjadi perusahaan pilihan untuk bekarya dan dihormati oleh pelanggan, karyawan, pemegang saham, regulator, dan komunitas tempat kami beroperasi; 3) Nilai: Nilai kolaborasi yang memadukan keragaman, Nilai integritas yang menjaga profesionalisme, kejujuran, tanggung jawab, dan etika, Nilai sigap melayani dengan memprioritaskan pelayanan yang tepat, cepat, dan akurat, dan Nilai adaptif yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan untuk meningkatkan potensi perusahaan. (DanamonBank, n.d.).

Profil Maybank

PT. Maybank Indonesia Tbk adalah salah satu bank swasta terkenal di Indonesia yang didirikan pada tanggal 15 Mei 1959 dan merupakan bagian dari perusahaan Malayan Banking Berhad. Sebelumnya dikenal dengan nama PT Bank International Indonesia, Tbk (BII). Maybank Indonesia menawarkan berbagai macam barang dan jasa kepada pelanggan baik individu maupun perusahaan melalui layanan Perbankan Komunitas, termasuk Perbankan Ritel dan Non-Ritel, serta Perbankan Global. Termasuk layanan keuangan WOM untuk kendaraan roda empat dan Maybank untuk kendaraan roda dua. Pada Desember 2021, Maybank Indonesia memiliki 356 cabang, dengan satu cabang Syariah di Mumbai, India, dan satu cabang di luar negeri. Selain itu, Maybank memiliki 1.033 unit ATM dan 22 Mobil Kas Keliling yang terhubung dengan lebih dari 20.000 ATM dalam jaringan ATM PRIMA, ATM BERSAMA, ALTO, dan CIRRUS. ATM Maybank juga terhubung dengan 3.500 ATM Maybank di Singapura, Malaysia, dan Brunei.

PT Maybank Indonesia Tbk memiliki visi, misi, dan nilai-nilai berikut: 1) Visi: Menjadi penyedia layanan keuangan terkemuka di Indonesia dengan sumber daya manusia yang berdedikasi dan kreatif untuk menciptakan nilai dan membantu masyarakat; 2) Misi: Memahami kebutuhan pelanggan dan menyediakan layanan keuangan yang mudah dan ramah pengguna; menjadi mitra keuangan yang dapat diandalkan untuk masa depan yang panjang; dan melayani masyarakat dengan cara yang hormat, jujur, dan transparan; 3) Nilai: Nilai teamwork dengan bekerja sama berdasarkan rasa hormat dan kebanggaan satu sama lain; Nilai integritas dengan mengutamakan profesionalisme, jujur, dan moral; Nilai pertumbuhan dengan berkomitmen untuk tumbuh dan melakukan perbaikan secara konsisten; Nilai keunggulan dan efektifitas dengan berkomitmen untuk

menghasilkan kinerja dan layanan yang tepat; dan Nilai pembinaan hubungan dengan terus membangun kerjasama jangka panjang yang menguntungkan. (Maybank, n.d.).

Profil Bank Permata

PT Bank Permata Tbk didirikan pada tanggal 17 Desember 1954. Sampai saat ini, PT Bank Permata terus beroperasi dengan baik. Pada tahun 2022, Permata Bank memiliki 225 kantor layanan syariah, 173 cabang pembantu, dan 75 kantor cabang, termasuk tempat kerja pusat. Hingga saat ini, ada 845 ATM Bank Permata di seluruh Indonesia.

PT Bank Permata memiliki visi, misi, dan nilai-nilai berikut: 1) Visi: Menjadi bank pilihan dengan terus mengembangkan kolaborasi dan menghasilkan nilai bagi stakeholder; 2) Misi: Menjadi mitra keuangan dan pembangunan yang efektif untuk klien dan masyarakat, memberikan layanan keuangan dengan cara yang sederhana, cepat, aman, dan inovatif; dan 3) Nilai: Berkomitmen untuk memberikan pemangku kepentingan pengalaman yang luar biasa dan menghasilkan nilai bagi pemegang saham, Integritas dengan mengutamakan kejujuran dan prinsip kehati-hatian; kolaborasi dengan membangun hubungan yang kokoh dengan pihak internal dan eksternal berlandaskan rasa saling menghormati; responsif dengan memperhatikan kebutuhan dan memenuhinya dengan upaya terbaik dan tepat waktu; inovasi dengan menghasilkan solusi untuk meningkatkan kinerja dan membuatnya lebih mudah, lebih baik, dan lebih cepat; caring dengan memberikan perhatian dan menghargai nasabah, rekan kerja, masyarakat, investor, dan regulator, unggul dengan memberikan layanan prima kepada pelanggan dan mengoptimalkan kinerja harian (PT Bank Permata Tbk, 2022).

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan rencana strategis pada Bank Danamon, Maybank Indonesia, dan Bank Permata. Maksud dari dilakukannya perbandingan rencana strategi dari tiap bank (bank danamon, maybank, dan bank permata) salah satunya untuk mendapatkan pemahaman tentang strategi dan tujuan dari masing-masing bank. Dengan membandingkan rencana strategis dari ketiga bank tersebut juga dapat melihat peluang serta tantangan yang harus dihadapi dalam dunia perbankan secara keseluruhan. Perbandingan rencana strategis dari tiap bank juga dapat memberikan peluang atau kesempatan untuk bekerjasama dengan pihak bank lain.

Pembahasan

Rencana Strategis Bank Danamon, Maybank, dan Bank Permata

Dalam setiap lembaga perkembangan tentunya memiliki rencana strategi yang sesuai dengan visi masing-masing yang kemudian rencana tersebut dapat mengantarkan perbankan kepada tujuan dan arah target yang ingin dicapai. Tentunya pada Bank Danamon, Maybank, Bank Permata memiliki rencana strategis yang berbeda.

Rencana strategis dari Bank Danamon yaitu berdasar pada visi perusahaan “Kami Peduli dan membantu jutaan orang untuk mencapai kesejahteraan”. Adapun dengan visi tersebut, pada tahun 2022 Bank Danamon menetapkan beberapa langkah strategis yang merupakan bagian dari rencana strategis 3-5 tahun, yakni:

1. Melalui sinergi dengan MUFG, Bank Danamon akan senantiasa menambah pangsa pasar terutama pada bagian *bussiness banking* (EB), melanjutkan pertumbuhan kredit Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Trade Finance, Financial Supply Chance, dan pembiayaan rumah tangga dengan tetap menegakkan prinsip kehati-hatian dalam pemberian kredit dan pemilihan nasabah.
2. Melalui kolaborasi dengan MUFG, Bank Danamon akan mempertahankan pembiayaan melalui peningkatan dana pihak ketiga (DPK), adapun dana pihak ketiga diperoleh dari *Enterprise Banking*, Pembiayaan UKM, Penjualan dan Pembiayaan otomatis dan enroll.
3. Memperhatikan manajemen resiko dengan menjaga pertumbuhan Bank Danamon pada tingkat *acceptable* dan *prudent*, memperhatikan pelaksanaan aktivitas dengan pemantuan dan peminimalan rasio likuiditas dengan optimal.
4. Melanjutkan upaya pemberian layanan yang praktis, cepat, dan unik agar dapat mendorong nasabah untuk memanfaatkan jaringan alternatif non-cabang (D-Bank).
5. Mengantisipasi penularan virus covid-19 dengan menjaga dan memperhatikan kebersihan, kenyamanan, dan keamanan lingkungan sekitar kantor bagi karyawan, nasabah, dan para pemangku kepentingan.
6. Meningkatkan penawaran layanan digital untuk nasabah dan karyawan dengan memberikan pelatihan terkait kemampuan data analis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih cepat, praktis, dan efisien (PT Bank Danamon Indonesia, 2021).

Rencana strategis dari Maybank Indonesia adalah juga berdasarkan pada visi perusahaan “Menjadi penyedia layanan keuangan terkemuka di Indonesia, yang didukung oleh sumber daya manusia yang berkomitmen”. Administrasi bank telah menetapkan empat pilar aspirasi untuk arah kebijakan berdasarkan visi tersebut. dan tindakan strategis yang difokuskan pada bank yang berfokus pada hal-hal berikut:

1. Memberikan layanan berkualitas tinggi (Layanan Berkualitas Tinggi),
2. Mengembangkan inovasi produk yang menarik (Inovasi Produk),
3. Menyederhanakan proses (Proses Penyederhanaan), dan
4. Menciptakan konektivitas regional.

Sejalan dengan kebijakan manajemen bank dan dengan mempertimbangkan perkembangan ekonomi saat ini, manajemen bank telah merumuskan fokus strategis yang akan dicapai melalui penerapan pertumbuhan perusahaan yang terus-menerus sebagai berikut:

1. Meningkatkan kolaborasi dengan perusahaan dan penjualan bancaassurance akan meningkatkan pendapatan dari biaya tambahan Maybank Group di Indonesia. Oleh karena itu, kami dapat menyediakan solusi yang lengkap kepada klien perusahaan dan mengembangkan sumber uang yang diperoleh dari transaksi tresuri.
2. Perluasan e-channel dan transaksi cross-selling untuk barang dan jasa Dimulai dengan proses pembukaan rekening pelanggan dan peningkatan penggunaan CRM (Customer Relationship Management).

3. Melanjutkan proses penyalarsan target segmen ke klien korporasi papan atas sambil mempertimbangkan risiko appetite bank dan segmen CFS akan memfokuskan pada perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi.
4. Proses transformasi kantor wilayah terus berlanjut, dengan:
 - a. Model bisnis kantor cabang disesuaikan dengan segmen yang dituju oleh Bank dan Maybank Group
 - b. Inisiatif transformasi yang terus dipercepat
 - c. Proses perencanaan penjualan yang lebih baik di tingkat provinsi dan cabang.
5. Untuk menjamin bahwa repricing portofolio kredit dilakukan secara akurat dan tepat waktu untuk menjaga tingkat margin bunga bersih (NIM) yang tetap. Selain itu, penelitian akan dilakukan kembali. terhadap model bisnis yang ada saat ini untuk memastikan bahwa ia sesuai dengan perkembangan industri yang sedang terjadi.
6. Memperketat prosedur persetujuan kredit dengan membuat matriks dan batas baru untuk meningkatkan pengawasan. Mengawasi portofolio yang ada dan meningkatkan penggunaan peringatan dini pada portofolio kredit sebagai cara untuk memberikan peringatan dini dengan meningkatkan persyaratan untuk peringatan awal sebagai langkah utama untuk melindungi portofolio kredit.
7. Pengawasan ketat terhadap program restrukturisasi kredit yang bermasalah dan hasil pemulihan.
8. Meningkatkan kecepatan proses kredit (PT Maybank Indonesia, n.d.).

Adapun rencana strategis jangka panjang dalam rangka mencapai Visi Bank Permata untuk menjadi bank pilihan dengan terus membina kemitraan dan menciptakan nilai bermakna bagi nasabah dan masyarakat, Permata Bank telah menetapkan prioritas langkah strategis sebagai berikut:

1. Menciptakan leading deposits and wealth franchise, mengembangkan portofolio simpanan yang terdiversifikasi untuk klien korporasi dan UKM, mengembangkan channel digital, dan mengubah jaringan cabang.
2. Menjadi mitra kerja pilihan bagi pemain bisnis dan teknologi dengan membangun hubungan yang kuat, panjang, dan dalam dengan klien di semua aspek bisnis mereka, meningkatkan sinergi dengan Bangkok Bank, dan memperluas bisnis value chain.
3. Menjadi pemimpin dalam inovasi solusi perbankan digital untuk memberikan layanan nasabah yang terbaik. (PT Bank Permata Tbk, 2022)

Analisis Perbandingan Rencana Strategis

Tabel 1. Persamaan Ketiga Bank (Bank Danamon, Maybank, dan Bank Permata) dalam Melakukan Perencanaan Strategi

Aspek strategi yang sama	Bank Danamon	Maybank	Bank Permata
Pertumbuhan bisnis	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah pangsa pasar pada segmen <i>bussiness banking</i> (EB) - Meningkatkan dana pihak ketiga yang diperoleh dari <i>Enterprise Banking</i>, Pembiayaan UKM, Penjualan dan Pembiayaan otomatis dan enroll 	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan kolaborasi perusahaan - Peningkatan penjualan <i>Bancaassurance</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membangun portofolio simpanan yang terdiversifikasi dari klien Korporat & UKM - Inovasi channel digital
Penggunaan teknologi	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan penawaran layanan digital kepada nasabah - Memberikan pelatihan kepada karyawan dengan memberikan pelatihan terkait kemampuan data analytic 	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan penetrasi e-channel dan aktivitas cross-selling untuk barang dan jasa - Proses transformasi kantor wilayah 	Menjadi pemimpin dalam inovasi solusi perbankan digital untuk memberikan layanan nasabah yang terbaik
Kemitraan	Bersinergi dengan MUFG	Peningkatan kolaborasi dan sinergi antar lini bisnis yang dimulai dengan langkah pembukaan rekening pelanggan dan peningkatan pemanfaatan CRM (<i>Customer Relationship Management</i>).	Meningkatkan sinergi dengan Bangkok Bank

Tabel 2. Perbedaan Ketiga Bank (Bank Danamon, Maybank, dan Bank Permata) dalam Melakukan Perencanaan Strategi

Aspek strategi yang berbeda	Bank Danamon	Maybank	Bank Permata
Visi	Kami Peduli dan membantu jutaan orang untuk mencapai kesejahteraan. Berfokus untuk mencapai kesejahteraan bersama baik nasabah, karyawan, maupun para pemangku kepentingan bagi bank	Menjadi penyedia layanan keuangan terkemuka di Indonesia, yang didukung oleh sumber daya manusia yang berkomitmen. Berfokus pada pelayanan yang didukung dengan sumber daya yang berkomitmen	Menjadi bank pilihan dengan terus mengembangkan kolaborasi dan menghasilkan nilai bagi stakeholder. Berfokus pada pembangunan hubungan dan kemitraan
Fokus	Berfokus pada pertumbuhan bisnis dan layanan	Berfokus pada kolaborasi dan pengendalian resiko	Berfokus pada pengendalian (diversifikasi) resiko dan inovasi digital
Teknologi	Berfokus pada digitalisasi dalam pelayanan nasabah serta pelatihan karyawan	Berfokus pada pembangunan <i>e-channel</i> serta penyesuaian bisnis dengan digitalisasi	Berfokus pada inovasi dan transformasi perbankan digital

Tabel 3. Keunggulan dan Kelemahan Masing-masing Bank (Bank Danamon, Maybank, dan Bank Permata) dalam Melakukan Perencanaan Strategi

Bank	Keunggulan dari rencana strategi	Kelemahan dari rencana strategi
Bank Danamon	- Lebih berfokus pada pemberian layanan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat - Perencanaan untuk pertumbuhan bisnis yang beragam (peningkatan	- Kurang berkomitmen pada peningkatan profitabilitas yang menjadi misi “memberikan nilai unik berdasarkan keunggulan penjualan dan layanan”

	<p>segmen pasar bussiness banking, pembiayaan UKM, penjualan dan pembiayaan otomatis dan enroll)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan rencana peningkatan teknologi dengan menawarkan layanan digital pada nasabah dan memberikan pelatihan pada karyawan dengan <i>data analytic</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan nilai investasi yang besar pada teknologi karena untuk pelatihan karyawan
Maybank	<ul style="list-style-type: none"> - Berfokus pada pemanfaatan sumber daya yang unggul - Peningkatan pendapatan dengan kolaborasi - Melakukan perencanaan perluasan hubungan dengan <i>e-channel</i> 	<p>Kurang berfokus pada kegiatan sosial yang berdasarkan misi “melayani masyarakat dengan hormat, jujur, adil, dan menjunjung tinggi integritas dan martabat”</p>
Bank Permata	<ul style="list-style-type: none"> - Menekankan penawaran kemitraan dan hubungan jangka panjang dengan nasabah - Memberikan solusi inovasi perbankan digital 	<p>Kurang berkomitmen pada pemanfaatan sumber daya secara optimal pada misi “memberikan layanan keuangan dengan cara yang sederhana, cepat, aman, dan inovatif, berkomitmen untuk memberikan pemangku kepentingan pengalaman yang luar biasa dan menghasilkan nilai bagi pemegang saham”</p>

Rekomendasi Rencana Strategis bagi Bank Danamon, Maybank, dan Bank Permata

Berdasarkan hasil analisis perbandingan rencana strategis terkait persamaan, perbedaan, kelebihan serta kekurangan pada masing-masing rencana strategis, maka dapat dirumuskan rekomendasi strategis sebagai berikut:

1. Peningkatan layanan digital dengan pengembangan aplikasi mobile banking yang ramah pengguna, sehingga meningkatkan efisiensi pelayanan dan menambah nilai perusahaan.
2. Memperluas layanan bisnis ke berbagai segmen potensial dan melakukan diversifikasi portofolio bisnis agar mengurangi terjadinya resiko.

3. Melakukan pemantauan berkala terhadap manajemen resiko agar dapat menjaga stabilisasi keuangan bank.

Kesimpulan

Lembaga perbankan telah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Salah satu faktor berhasilnya perkembangan pada lembaga perbankan adalah rencana strategis yang baik dan tepat. Bank Danamon, Maybank, dan Bank Permata telah membuat rencana strategis yang dapat membuat perusahaan mereka lebih berkembang. Dengan perbedaan fokus pengembangan, ketiga bank tersebut juga memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing. Maka dengan itu, rekomendasi rencana strategis yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh bank-bank tersebut yaitu:

1. Peningkatan layanan digital dengan pengembangan aplikasi mobile banking yang ramah pengguna, sehingga meningkatkan efisiensi pelayanan dan menambah nilai perusahaan.
2. Memperluas layanan bisnis ke berbagai segmen potensial dan melakukan diversifikasi portofolio bisnis agar mengurangi terjadinya resiko.
3. Melakukan pemantauan berkala terhadap manajemen resiko agar dapat menjaga stabilisasi keuangan bank.

Daftar Pustaka

- (Bank Indonesia). (n.d.). *Sejarah BI*. Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx>
- BPS. (2021). (n.d.). *jumlah bank dan kantor bank*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/indicator/13/937/1/jumlah-bank-dan-kantor-bank.html>
- Christiani, T. A. (2012). *Dinamika Asas Keseimbangan Kepentingan dalam Perkembangan Pengaturan Perlindungan Nasabah Bank di Indonesia*, Universitas Atama Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, hlm. 1. 1. *Universitas Atama Jaya Yogyakarta*, 1–17.
- Danamon, Bank. (n.d.). *Profil Perusahaan Bank Danamon*. Danamon.Co.Id. <https://www.danamon.co.id/id/Tentang-Danamon/ProfilPerusahaan>
- Fauziah, N. W., & Segaf. (2022). *Seberapa Pengaruh Penetapan Nisbah Bagi Hasil, Inflasi, Dan Jumlah Uang Beredar Terhadap Deposito Mudharabah Di Indonesia*. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 435–447.
- Kartika, G., & Segaf, S. (2022). *Kombinasi Peran Model TAM dan CARTER Terhadap Optimalisasi Kepuasan Nasabah Mobile Syariah Banking di Masa Pandemi Covid-19*. *Jurnal Manajerial*, 9(02), 152–167.
- Kementrian Keuangan. (1998). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. *Lembaran Negara Republik Indonesia*, pasal 1 ayat 2.
- Maybank. (n.d.). *Corporate Information Maybank*. www.Maybank.Co.Id. <https://www.maybank.co.id/corporateinformation>

- MNCBank. (n.d.). *Kuartal ii (2023)*. Nilai transaksi digital banking tembus rp13 ribu triliun. Motionbank.id. <https://motionbank.id/kuartal-ii-2023-nilai-transaksi-digital-banking-tembus-rp13-ribu-triliun/>
- Panuntun, B., & Sutrisno, S. (2018). Faktor Penentu Penyaluran Kredit Perbankan Studi Kasus Pada Bank Konvensional Di Indonesia. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 1(2), 57–66.
- Pratama, T. A., & Segaf, S. (2022). Does the Non-Financial Factor Affect the Profitability of Islamic Commercial Banks. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(3).
- Prihantoro, S. K. W. (2021). Analisis Perbandingan Implementasi Pendekatan Balanced Scorecard Dan Logical Framework Approach Dalam Penyusunan Rencana Strategik (Studi Pada Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia). *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 9(3). <https://doi.org/10.22146/abis.v9i3.65950>
- PT Bank Danamon Indonesia. (2021). *Tata Kelola Perusahaan Tahun 2021*. 282–466.
- Syadali, M. R., 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.
- Warlizasusi, J. (2018). Analisis Perencanaan Strategis, Rencana Strategis Dan Manajemen Strategis STAIN Curup 2015-2019. *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 2(2), 155–180.