

**PENGEMBANGAN MODEL BISNIS DALAM RANGKA MENINGKATKAN
KEUNGGULAN BERSAING**

(STUDY KASUS PADA BANK BUMN PT. XYZ

UNIT BISNIS MENENGAH BATAM)

TESIS

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata-2

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Disusun oleh :

BRINANTI SANDWIKA JALIUS

NIM. 1120522053

Dosen Pembimbing :

PROF. DR. NIKI LUKVIARMAN, SE, MBA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2017

ABSTRAK

Penelitian ini berupa pengembangan model bisnis dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaing (Case Study di Bank BUMN PT. XYZ Unit Bisnis Menengah Batam). Pengembangan bisnis model dilakukan untuk mengetahui kondisi bisnis unit saat ini, untuk kemudian dilakukan analisa strategi pencapaian target kedepannya sebagai upaya untuk bertahan dalam kompetisi perbankan yang ketat dan penuh tantangan serta meningkatkan market share unit. Studi yang dilakukan bersifat deskriptif eksploratif dengan teknik pengumpulan data participant observation dan in depth interview. Hasil observasi dan interview kemudian dikaitkan dengan sembilan elemen Business Model Canvas (Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure) untuk kemudian dilakukan analisa SWOT dalam rangka menyusun faktor – faktor strategis Unit Bisnis Menengah Batam. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dalam rangka meningkatkan market share melalui ekspansi kredit sekaligus untuk mencapai target unit diperlukan kegiatan pemasaran yang prudent dan intensive dan fokus kepada pembiayaan sektor unggulan yang masih prospektif di Kepulauan Riau. Manajemen juga perlu memperhatikan sebaran pembiayaan agar tidak terkonsentrasi pada sektor tertentu. Disamping itu perlu dilakukan kegiatan monitoring pemakaian fasilitas kredit yang telah disalurkan maupun transaksi keuangan debitur sehingga jika terdapat potensi pembiayaan/ indikasi permasalahan tertentu dapat terdeteksi dari awal sehingga menurunkan resiko terjadinya penurunan kolektibilitas kredit.



ABSTRAK

This research is in the form of developing business model in order to increase competitive advantage (Case Study at BUMN Bank PT XYZ Unit Bisnis Menengah Batam). Business model development is carried out to find out the current business condition of the unit, to analyze the strategy to achieve the target in the future as an effort to survive in tight and challenging banking competition and increasing market share. The research is descriptive explorative with data collection technique of participant observation and in depth interview. The results from observations and interviews are then linked with nine elements of Business Model Canvas (Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, and Cost Structure) then perform to SWOT analysis in order to compile the strategic factors of Unit Bisnis Menengah Batam. The result from the research shows that in order to increase market share through credit expansion as well as to achieve unit target, prudent and intensive marketing activities are needed and focus on financing Priority sector that still prospective in Riau Islands. Management also needs to pay attention to the distribution of financing to be not concentrated in certain sectors. Besides, it is necessary to monitor the use of credit facilities that have been distributed and debtor financial transactions so that if there is potential financing/ indication of certain problems can be detected from the beginning to reduce the risk of decreasing collectibility of credit.

