

ABSTRAK

PT. Bank Maspion Indonesia (BMI) yang didirikan di Surabaya pada bulan April 1990 merupakan salah satu bank yang tidak terkena likuidasi dan dapat melewati krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997. BMI ini juga merupakan bank yang termasuk kategori Bank Sehat sesuai dengan standar ketentuan Bank Indonesia. Meskipun merupakan salah satu bank swasta dengan kategori Bank Sehat, BMI masih belum merupakan salah satu bank pilihan yang pertama dari masyarakat Indonesia. Masih banyak masyarakat yang memilih bank-bank lain sebagai bank pilihan pertama mereka. Kondisi ini tidak menguntungkan BMI, karena sulit bagi BMI untuk meningkatkan jumlah nasabahnya.

Sejak didirikannya hingga saat ini BMI selalu melayani semua jenis nasabahnya, baik nasabah perorangan maupun nasabah perusahaan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah BMI. Dalam perkembangannya, BMI selalu menerapkan harga yang relatif kompetitif kepada nasabahnya. Hal ini dapat dilihat dari tingginya bunga tabungan dan bunga kredit yang diberikan oleh BMI.

Dalam melayani nasabahnya, BMI tidak pernah memilih suatu kelompok khusus. Semua nasabah yang datang ke BMI baik yang perorangan maupun nasabah *corporate* selalu dilayani oleh BMI.

Berdasarkan pada keadaan yang sudah diuraikan diatas, kiranya perlu dipersoalkan apakah BMI memang memiliki suatu strategi. Apabila BMI telah memiliki suatu strategi lebih lanjut kiranya perlu dipersoalkan apakah strategi yang telah ditetapkan memang tepat atau sesuai dengan dinamika kompetitifnya. Apabila ternyata BMI belum memiliki suatu strategi yang jelas dan terarah, maka dengan memperhatikan dinamika kompetitifnya kiranya perlu dirumuskan suatu strategi yang dapat dipertimbangkan untuk diimplementasikan.

Untuk menganalisis strategi apa yang mungkin sudah ada di BMI atau untuk mengajukan suatu usulan formulasi strategi, maka teori yang digunakan adalah teori yang dikembangkan oleh Hambrick & Fredickson (2001) dan Porter (1980,1985).

Pemakaian teori hambrick & Fredickson dikarenakan teori ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah BMI sudah memiliki strategi yang sesuai dengan dinamika kompetitifnya. Teori ini merupakan analisis terhadap *five major elements of strategy*.

Dan jika ternyata BMI belum memiliki strategi yang sesuai dengan dinamika kompetitifnya maka dilakukan formulasi strategi yang sesuai dengan *five forces* dan *value chain analysis*. Formulasi strategi yang dihasilkan kemudian diimplementasikan dengan memakai *five major elements of strategy*.