

ABSTRACT

This study aimed to analyze the application of the blue ocean strategy on syndicated financing scheme musharaka mutanaqishah in PT Bank Syariah Mandiri. The identification of the problems in this research are the existence of competition in the banking industry increasingly fierce, and the fluctuations of financing growth in PT Bank Syariah Mandiri. Strategy currently used is based upon the concept of 7P marketing mix (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence), but the new strategy is needed to get away from fierce competition. The research design in this study is a qualitative approach. The sampling method used is purposive sampling, with data analysis through in-depth interviews with participants from internal and external sources of PT Bank Syariah Mandiri on managerial level positions. The results showed competing factors in syndicated financing scheme musharaka mutanaqishah are Pricing, Service Level Agreement (SLA), Relationship Management, Account Holder / Relationship Manager, Account Executive / Sales and Distribution Channel. Later, in the sequences to define a commercially viable blue ocean idea, syndicated financing scheme musharaka mutanaqishah could provide benefits to the buyer, depress prices, and the good adoption of strategy, but has not been able to reduce costs significantly.

Keywords: Blue Ocean Strategy, Syndicated Financing, Musharaka Mutanaqishah, Competing Factors, Strategy Canvas, Value Innovation, ERRC Grid

MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *blue ocean strategy* pada pembiayaan sindikasi skim *musyarakah mutanaqishah* di PT Bank Syariah Mandiri. Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu adanya persaingan di Industri Perbankan yang semakin ketat dan adanya fluktuasi pertumbuhan pembiayaan di PT Bank Syariah Mandiri. Strategi yang saat ini digunakan mengacu pada konsep *marketing mix 7P* (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*), namun dibutuhkan strategi baru untuk menjauh dari persaingan yang ketat tersebut. Desain penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode *sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*, dengan analisis data melalui *in-depth interview* dari sumber partisipan internal dan eksternal PT Bank Syariah Mandiri dengan tingkat jabatan manajerial. Hasil penelitian menunjukkan *competing factors* pada pembiayaan sindikasi skim *musyarakah mutanaqishah* yaitu, Harga (*Pricing*), *Service Level Agreement* (SLA), Manajemen Relasi, *Account Holder / Relationship Manager, Account Executive / Sales* dan Jaringan Kantor (*Distribution Channel*). Kemudian dalam pemenuhan rangkaian syarat untuk menentukan ide *blue ocean strategy* yang layak secara komersial, pembiayaan sindikasi skim *musyarakah mutanaqishah* dapat memberikan manfaat kepada pembeli, menekan harga, dan pengadopsian strategi yang baik, namun belum dapat menekan biaya secara signifikan.

Kata kunci: *Blue Ocean Strategy*, Pembiayaan Sindikasi, *Musyarakah Mutanaqishah*, *Competing Factors*, Kanvas Strategi, Inovasi Nilai, *ERRC Grid*