

ABSTRACT

The objectives of this research are to find out competitive position of Islamic Commercial Bank (ICB) and whether Blue Ocean Strategy (BOS) is suitable for ICB, to formulate corporate strategy of ICB based on BOS approaches. This research is designed exploratively to study Indonesian ICB that amounted 11 banks. The respondents are strategists of ICB and Islamic banking industry analysts. Due to no answer from analysts this paper used secondary data from Governor Deputy of Bank Indonesia. The primary data are analyzed by Likert scale, and secondary data by mathematical models. Majority of respondents are agree with corporate strategy of BOS which have formulated in this thesis. The tools of strategy analysis resulted that BOS is suitable corporate strategy for ICB which formulated as followed : 1) Eliminate luxury of facilities, exclusive image of shariah bank, and deposits interest, 2) Reduce credit card and excessive branch office but narrowed coverage, 3) Raise internet banking, advantage of profit sharing system, cash management, bank transactional, corporate banking, retail banking, and fee based income, 4) Create universality of shariah value, time visits on weekend, direct banking, fast service innovation, public social fund service by cross selling, collective depositors, focus on market development.

Keywords : Corporate Strategy, Blue Ocean Strategy, Indonesian Islamic Commercial Bank

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui posisi bersaing Bank Umum Syariah (BUS), mengetahui apakah *Blue Ocean Strategy* (BOS) merupakan strategi perusahaan yang cocok untuk BUS, dan merumuskan strategi perusahaan BUS berdasarkan pendekatan BOS. Jenis desain penelitian ini adalah eksploratif dan objeknya BUS yang berjumlah 11 bank. Responden dalam tesis ini adalah direksi BUS, dan analis perbankan syariah nasional. Tesis ini menggunakan data sekunder dari Deputi Gubernur Bank Indonesia sebagai pengganti kuesioner dari analis yang tidak dikembalikan. Data primer dianalisa dengan menggunakan skala Likert dan data sekunder dengan model matematis. Mayoritas responden menyatakan setuju dengan strategi perusahaan BUS berdasarkan pendekatan BOS yang dirumuskan dalam tesis ini. Hasil alat-alat analisis yang digunakan bahwa BOS merupakan strategi perusahaan yang cocok untuk BUS yang dirumuskan sebagai berikut : 1) menghilangkan kemewahan fasilitas, eksklusifisme bank syariah, bunga DPK, 2) mengurangi kartu kredit, banyaknya kantor cabang tapi cakupannya sempit, 3) meningkatkan *internet banking*, keunggulan sistem bagi hasil, *cash management*, bank transaksional, *corporate banking*, *retail banking* dan *fee based income*, 4) menciptakan nilai universal syariah, kemudahan waktu kunjung, *direct banking*, inovasi kecepatan layanan, *cross selling* dana sosial umum, *collective depositors*, fokus pengembangan pasar.

Kata kunci : Strategi Perusahaan, Blue Ocean Strategy, Bank Umum Syariah Indonesia

UNIVERSITAS
MERCU BUANA