



PENINGKATAN DAYA SAING BANK PERKREDITAN RAKYAT MELALUI PENDEKATAN INOVASI DI KABUPATEN BOGOR

Dimas Ari Darmanty, Ratno dan Yustiana Wardhani
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA



ABSTRAK

Persaingan di dunia perbankan dalam meningkatkan nilai asetnya semakin ketat. Posisi lima besar saling bertukar posisi setiap tahunnya. Walaupun ada beberapa bank yang asetnya naik dan turun namun jika dilihat secara keseluruhan pertumbuhan aset perbankan masih bernilai positif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pertumbuhan aset perbankan pada bulan Maret 2018 mencapai 8,79%. Selain itu kehadiran *financial Technology* juga menambah semakin ketatnya di dunia perbankan. Oleh sebab itu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) harus melakukan inovasi agar dapat bertahan di dalam industri perbankan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi terhadap kinerja bisnis. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah Kabupaten Bogor dalam pengambilan suatu kebijakan dan dapat memberikan harapan bagi masyarakat Kabupaten Bogor untuk memperoleh modal pinjaman dan menstimulasi munculnya UMKM - UMKM yang baru. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive). Sumber data diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS 20.0. Metode estimasi yang digunakan adalah *Maximum Likelihood*. Sampel yang digunakan sebanyak 150 sampel dengan metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi standar yang dihasilkan adalah Kinerja Bisnis = 0,825 Inovasi Produk + 0,477 Inovasi Proses + 0,784 Inovasi Pemasaran + 0,742 Inovasi Organisasi. Terdapat pengaruh positif variabel inovasi produk terhadap kinerja bisnis diperoleh hasil sebesar 0,825. Terdapat pengaruh positif variabel inovasi proses terhadap kinerja bisnis diperoleh hasil sebesar 0,477. Terdapat pengaruh positif variabel inovasi pemasaran terhadap kinerja bisnis diperoleh hasil sebesar 0,784. Terdapat pengaruh positif variabel inovasi organisasi terhadap kinerja bisnis diperoleh hasil sebesar 0,742. Variabel inovasi produk mempunyai dampak yang lebih kuat terhadap kinerja bisnis dibandingkan dengan inovasi pemasaran, inovasi organisasi dan inovasi proses.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi yang pesat memberikan dampak positif dan negatif di semua bidang termasuk perbankan. Dampak positif yang dihasilkan adalah segala informasi dapat diperoleh dengan mudah dan cepat sedangkan dampak negatifnya adalah hilangnya banyak pekerjaan karena sudah tergantikan oleh mesin. Dalam dunia perbankan berbagai strategi telah dilakukan agar dapat berkompetisi dan memenangkan persaingan diantaranya adalah dengan penggunaan teknologi informasi sebagai dasar dalam melakukan inovasi produk dan jasa perbankan. Salah satu layanan perbankan yang menjadi unggulan saat ini dimana menempatkan penggunaan teknologi informasi adalah layanan *e-banking*. Persaingan di dunia perbankan dalam meningkatkan nilai asetnya semakin ketat. Posisi lima besar saling bertukar posisi setiap tahunnya. Walaupun ada beberapa bank yang asetnya naik dan turun namun jika dilihat secara keseluruhan pertumbuhan aset perbankan masih bernilai positif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pertumbuhan aset perbankan pada bulan Maret 2018 mencapai 8,79%.

Selain itu kehadiran *financial Technology* juga menambah semakin ketatnya di dunia perbankan. Oleh sebab itu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) harus melakukan inovasi agar dapat bertahan di dalam industri perbankan. Menurut Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat (Perbarindo) mengatakan jumlah BPR yang beroperasi di tanah air semakin berkurang. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2010 jumlah BPR mencapai 1.706 unit, pada tahun 2011 jumlah berkurang menjadi 1.669 unit, pada tahun 2012 berkurang menjadi 1.653 unit dan pada 2013 terus berkurang menjadi 1.639 unit. Banyaknya BPR yang gulung tikar merupakan permasalahan yang harus segera diselesaikan. Beberapa permasalahan yang terjadi diantaranya adalah kurang pekanya bagian *Research and Development* dalam mengikuti perkembangan teknologi sehingga menyebabkan adanya penurunan jumlah nasabah di BPR yang akan berdampak pada penurunan omzet. Produk yang dihasilkan BPR hanya berupa tabungan dan deposito saja. Kehadiran BPR memang difokuskan untuk melayani masyarakat terencil yang tidak terjangkau oleh layanan bank umum. Keberadaan BPR sangat dibutuhkan oleh UMKM yang mana dapat membantu UMKM di daerah terencil untuk meningkatkan usahanya melalui pinjaman modal atau bahkan dapat merangsang tumbuhnya UMKM - UMKM baru di daerah terencil tersebut. Namun saat ini sudah banyak bank-bank umum yang memperluas jaringannya sampai ke daerah - daerah terencil seperti BRI. BRI merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia pastinya akan mengedepankan teknologi informasi dalam memperbesar pangsa pasarnya. Untuk itu BPR perlu melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan BRI atau bank bank umum lainnya. BPR harus sudah mulai menyesuaikan dari sistem tradisional menjadi teknologi karena kemajuan teknologi yang berkembang pesat tidak dapat dihindari. Munculnya beberapa perusahaan *financial teknologi* juga tidak dapat dianggap sepele sehingga inovasi yang dilakukan oleh BPR hendaknya disesuaikan dengan kemampuan inovasi dan jenis inovasi yang tepat sehingga dapat meningkatkan daya saing BPR dalam industri perbankan.

METODE

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* dengan metode estimasi yang digunakan adalah *Maximum Likelihood*. Dengan menggunakan metode *Maximum Likelihood* maka diperlukan sampel 100-200 sampel (Ghozali, 2011). Oleh sebab itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 150 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel jika orang tersebut dianggap cocok dengan sumber data (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh antara inovasi produk terhadap Kinerja Bisnis.

Nilai estimasi (*loading factor*) pengaruh variabel inovasi produk terhadap kinerja bisnis diperoleh hasil sebesar 0,825. Pengujian ini menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR sebesar 3,124 > 1,96 dan angka p adalah 0,011, angka ini jauh dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap kinerja bisnis.

2. Pengaruh antara Inovasi Proses terhadap Kinerja Bisnis.

Nilai estimasi (*loading factor*) pengaruh variabel inovasi proses terhadap kinerja bisnis diperoleh hasil sebesar 0,477. Pengujian ini menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR sebesar 1,971 > 1,96 dan angka p adalah 0,049, angka ini dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara inovasi proses terhadap kinerja bisnis.

3. Pengaruh Langsung Inovasi Pemasaran terhadap Terhadap Kinerja Bisnis

Nilai estimasi (*loading factor*) pengaruh variabel inovasi pemasaran terhadap kinerja bisnis diperoleh hasil sebesar 0,784. Pengujian ini menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR sebesar 2,298 > 1,96 dan angka p adalah 0,022, angka ini dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara inovasi pemasaran terhadap kinerja bisnis.

4. Pengaruh antara Inovasi Organisasi Terhadap Kinerja Bisnis

Nilai estimasi (*loading factor*) pengaruh variabel inovasi organisasi terhadap kinerja bisnis diperoleh hasil sebesar 0,742. Pengujian ini menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR sebesar 2,193 > 1,96 dan angka p adalah 0,034, angka ini dibawah 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara inovasi organisasi terhadap kinerja bisnis.

KESIMPULAN

1. Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja bisnis Bank Perkreditan Rakyat Kabupaten Bogor. Ini berarti tinggi kinerja bisnis organisasi dipengaruhi inovasi produk. Jika inovasi produk dilakukan secara rutin oleh organisasi maka kinerja bisnis akan mengalami peningkatan.
2. Inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja bisnis Bank Perkreditan Rakyat Kabupaten Bogor. Ini berarti tingginya kinerja bisnis organisasi dipengaruhi inovasi proses. Jika inovasi proses dilakukan ditingkatkan oleh organisasi maka kinerja bisnis akan mengalami peningkatan.
3. Inovasi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja bisnis Bank Perkreditan Rakyat Kabupaten Bogor. Ini berarti tingginya kinerja bisnis organisasi dipengaruhi inovasi pemasaran. Jika inovasi pemasaran ditingkatkan maka akan berdampak terhadap peningkatan kinerja bisnis.
4. Inovasi organisasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis Bank Perkreditan Rakyat Kabupaten Bogor. Ini berarti tingginya kinerja bisnis organisasi dipengaruhi inovasi organisasi. Jika inovasi organisasi ditingkatkan maka akan berdampak terhadap peningkatan kinerja bisnis.

Penelitian ini di Biayai oleh Kemennistek Dikti