

*STRATEGY BUSINESS BASED ON BMC MICRO SEGMENT AT REGION
IV/JAKARTA 2 BANK MANDIRI (Persero) Tbk. TO OPTIMIZE THE
PRODUCTIVITY GROWTH CREDIT OF PRODUCT NEW KSM*

Bank Mandiri, Tbk launched new product of micro segment to accelerate its growth of credit. NEW KSM is a new product of micro segment which is a merger of two different products KTA and KSM, KTA was under Consumer Loan Group while KSM was under Micro Banking Group. These products has a competitive advantages and implemented in NEW KSM. Since NEW KSM launched in January 2018, as per April 2018 it has performance growth of credit under target and not fulfill the expectation of management. It should be taken a strategy to enhancing the productivity at Region IV/Jakarta 2 by analyzing the strength and weakness by benchmarking with other Banks, assessment of risk and implemented strategy to enchaining of credit. Hopefully in semester two 2018 the growth of credit at Region IV/Jakarta 2 will achieve the targets.

Keywords: Growth of credit, Strenght, Weakness, Risk and Strategy

**STRATEGI BISNIS BERBASIS BMC SEGMENT MIKRO DI REGION
IV/JAKARTA 2 BANK MANDIRI (Persero) Tbk. UNTUK MENGOPTIMALISASI
PRODUKTIFITAS PERTUMBUHAN KREDIT PRODUK NEW KSM**

Produk NEW KSM adalah produk baru segmen mikro di Bank Mandiri, Tbk yang bertujuan meningkatkan pertumbuhan kredit dan merupakan jawaban permasalahan kualitas asset dan Bisnis yang belum focus. NEW KSM adalah gabungan dari dua produk dibawah dua kelolaan kredit yang berbeda yaitu produk KTA dibawah department Consumer Loan Group sedangkan produk KSM ada dibawah departemen Micro Banking Group, KTA dan KSM adalah produk unggulan dari masing-masing kelolaan kredit yang memiliki kekuatan dan dirumuskan menjadi kekuatan baru di produk NEW KSM. NEW KSM diperkenalkan ke masyarakat Januari tahun 2018 dan laporan kinerja per April 2018 masih dibawah target serta belum memenuhi keinginan management dalam tujuan awal diluncurkannya produk NEW KSM. Maka diperlukan strategi Bisnis guna meningkatkan produktifitas pertumbuhan kredit produk NEW KSM di Region IV/Jakarta 2 dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan produk NEW KSM dengan branchmaking dengan Bank lainnya, melakukan assessment terhadap risiko dan implementasi strategi untuk meningkatkan pertumbuhan kredit. Diharapkan pada semester kedua tahun 2018 ada peningkatan pertumbuhan kredit sesuai harapan management Bank Mandiri, Tbk.

Katakunci; Pertumbuhan Kredit, Kekuatan, Kelemahan, Risiko dan Strategi.