

BANKS AND BANKING

**ANALISIS *CRITICAL SUCCESS FACTORS* SEBAGAI PENDUKUNG  
DALAM KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK BARU YANG  
DIKEMBANGKAN BANK "X" CABANG SITUBONDO**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



**Diajukan Oleh :**

**TIYAS SETYAWARDHANA  
No. Pokok : 049816079**



**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2003**

**SKRIPSI**

**ANALISIS *CRITICAL SUCCESS FACTORS* SEBAGAI PENDUKUNG  
DALAM KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK BARU YANG  
DIKEMBANGKAN BANK "X" CABANG SITUBONDO**

**DIAJUKAN OLEH  
TIYAS SETYAWARDHANA**

**No. Pokok: 049816079**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**

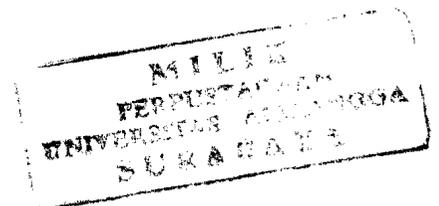
  
**Dr. SRI ISWATI, SE., MSi, Ak**

**TANGGAL..13-1-2004 .**

**KETUA JURUSAN AKUNTANSI,**

  
**Dr. M. SUYUNUS, MAFIS, Ak**

**TANGGAL..13-1-2004**



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Bank “X” cabang Situbondo perlu melakukan analisis *critical success factors* untuk membantu perusahaan mencapai keunggulan bersaing dalam industri perbankan yang kompetitif saat ini. Analisis CSFs dapat mengidentifikasi faktor apa yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan di masa yang akan datang. CSFs yang teridentifikasi hendaknya diberikan perhatian khusus dan dimaksimalkan kinerjanya serta pemantauan atas kinerja CSFs harus dilakukan secara berkelanjutan agar diketahui perubahan setiap waktunya sehingga perusahaan dapat mengantisipasi setiap perubahan tersebut dan lebih unggul dibandingkan kompetitor lain, karena CSFs berhubungan dengan strategi perusahaan menghadapi pasar.

Setelah melakukan observasi, analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats*), memberikan kuisisioner dan wawancara dengan manajer Bank “X” cabang Situbondo, penulis membuat kesimpulan bahwa dalam mengembangkan produk baru di industri perbankan terdapat empat variabel yang menentukan keberhasilan, yaitu kegiatan promosi, sumber daya manusia yang kompeten, fasilitas dan teknologi pendukung serta kualitas pelayanan. Dengan kegiatan promosi, masyarakat dapat mengenal dan akrab dengan produk baru tersebut, sedangkan sumber daya manusia, fasilitas teknologi dan kualitas pelayanan adalah upaya mewujudkan ekspektasi masyarakat terhadap produk baru tersebut

sehingga dapat bertahan dalam persaingan. Empat variabel tersebut hendaknya dimaksimalkan aktivitasnya guna mengakrabkan masyarakat dengan produk baru, bertahan dalam persaingan dan kemudian menumbuhkan kepercayaan nasabah yang akan memberikan loyalitas terhadap produk “A” pada khususnya dan Bank “X” pada umumnya. Kepercayaan dan loyalitas ini juga merupakan modal untuk memperluas jangkauan pasar, karena nasabah dapat menjadi sarana promosi yang efektif. Analisis terhadap *critical success factors* secara tepat dapat membantu pihak manajer Bank “X” untuk merumuskan strategi dalam mencapai keunggulan bersaing.

## 5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah:

1. Dalam memenuhi nasabah dan meningkatkan kualitas pelayanan, hendaknya manajemen Bank “X” mengembangkan ukuran kinerja non finansial di samping ukuran kinerja finansial. Ukuran kinerja non finansial dapat dijadikan pelengkap ukuran kinerja finansial sebagai alat pengendali operasional.
2. Kegiatan promosi hendaknya lebih giat dilakukan terutama untuk memperkenalkan dan mengakrabkan “A” kepada masyarakat terutama generasi muda dan Bank “X” cabang Situbondo diharapkan untuk mempunyai karyawan yang khusus menangani masalah kegiatan promosi di masyarakat. Karena selama ini yang melakukan kegiatan promosi adalah staff yang melakukan tugas ganda yaitu tugas promosi dan tugas reguler sehari-hari,

dengan adanya karyawan khusus yang menangani promosi diharapkan kegiatan promosi lebih intensif dan terfokus.

3. Untuk menangani masalah teknis, Bank “X” cabang Situbondo juga harus mempunyai petugas teknis yang menangani masalah ATM atau teknologi lain, sehingga tidak perlu menunggu petugas dari cabang lain dan dapat mempersingkat waktu penanganan permasalahan.
4. Untuk mengetahui respon dari nasabah terhadap kinerja pelayanan yang diberikan Bank “X” cabang Situbondo, hendaknya lebih sering diadakan kegiatan untuk mengetahui respon nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan. Karena respon tersebut akan dijadikan acuan untuk memperbaiki pelayanan maupun fasilitas yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan.