

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan penulis pada bab sebelumnya mengenai latar belakang Bank Mandiri melakukan inovasi dengan merubah mandiri *mobile* menjadi mandiri *online*, analisis eksternal dan internal mandiri *online*, dan respon nasabah terhadap inovasi yang dilakukan oleh Bank Mandiri yang dibantu dengan pendekatan SWOT dan Strategi Kurva, maka penulis akan menarik kesimpulan berdasarkan pertanyaan yang dikemukakan pada identifikasi masalah sebagai berikut.

1. Faktor-faktor yang menjadi ajang persaingan di dalam industri perbankan diantaranya adalah produk yang ditawarkan oleh bank, bagaimana produk tersebut memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin meningkat dengan seiringnya perkembangan jaman yang cepat, tampilan yang diberikan oleh produk tersebut juga berpengaruh dalam menarik keinginan nasabah untuk menggunakannya. Hal tersebut ditunjukkan berdasarkan hasil analisis inovasi dan wawancara yang dilakukan dengan pihak Bank Mandiri. Dengan inovasi yang dilakukan adalah menciptakan aplikasi mandiri *online* yang sebelumnya adalah produk mandiri *mobile* untuk memenuhi kebutuhan nasabah, karena awalnya mandiri *mobile* diproduksi hanya untuk mengetahui lokasi cabang dan atm terdekat. Seluruh jajaran direksi Bank Mandiri khususnya bagian IT melakukan inovasi supaya berbeda

dengan pesaing lainnya. Mandiri *online* menawarkan layanan atau fitur yang memenuhi kebutuhan nasabah, tampilan yang memanjakan, informasi yang berguna untuk nasabah dan juga dapat mengakses bukan hanya pada smartphone tetapi juga pada *web* dengan *user id* yang sama. Perkembangan teknologi dan SDM berkualitas mendorong pihak bank untuk terus bersaing dan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki.

2. Berdasarkan analisis eksternal mandiri *online* yang didasarkan pada analisis *PEST* dan *Five Forces Model*, Mandiri online mendapatkan nilai positif karena dimata masyarakat produk mandiri *online* sudah dikenal baik, hal ini dapat terlihat dari pengalaman nasabah atas produk mandiri *online* dari segi kualitas maupun layanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah, bank dengan peringkat aset terbesar kedua adalah Bank Mandiri yang menjadi gambaran bahwa nasabah telah mempercayai Bank Mandiri beserta produknya termasuk mandiri *online*. Kebijakan pemerintah yang harus menggunakan *e-money* jika ingin memasuki jalan tol juga memberikan dampak positif pada mandiri *online* karena terdapat fitur pengisian saldo untuk *e-money* pada mandiri *online*. Hal ini membuat mandiri *online* dapat terus berkembang karena didukung oleh lingkungan eksternal mandiri *online*.

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, Mandiri *Online* untuk saat ini lebih disarankan dalam penggunaan Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dalam meningkatkan kualitas mandiri *online* di tengah persaingan yang

semakin kompetitif. Kekuatan yang dimiliki oleh mandiri *online* adalah produk yang inovatif, perbedaannya dibanding produk lain dan peluang yang ada yaitu permintaan pasar yang semakin meningkat (transaksi mencapai 4.143 per menit) aktivitas tersebut naik 10,8 persen dibanding tahun sebelumnya.

Kekuatan yang dimiliki mandiri *online* tidak hanya itu saja, Bank Mandiri cermat dalam meneliti pasar karena dengan seiring berkembangnya jaman keinginan dan gaya hidup nasabah akan berubah-ubah, Bank mandiri mengeluarkan fitur-fitur yang sesuai dengan keinginan nasabah mulai dari fitur yang diberikan pada mandiri *online*, warna dan tampilan yang elegan pada mandiri *online*, dan juga tambahan informasi yang diberikan. Hal ini dipengaruhi karena adanya kekuatan lain yang dimiliki oleh Bank Mandiri yaitu memiliki teknologi yang canggih dan SDM berkompeten yang bisa memaksimalkan teknologi tersebut sebagai pendukung berkembangnya mandiri *online*. Tetapi dengan perkembangan teknologi yang cepat, tidak semua nasabah dapat mengikuti perkembangan teknologi yang salah satunya spesifikasi *smartphone* yang tinggi, tidak semua nasabah memiliki *smartphone* tersebut membuat kalangan menengah bawah sulit untuk menggunakannya. Bank Mandiri harus memikirkan strategi agar semua kalangan nasabah dapat menggunakan mandiri *online* secara nyaman tanpa mengurangi kualitas dari mandiri *online* tersebut.

3. Berdasarkan analisis strategi kanvas, dapat terlihat bahwa mandiri *online* unggul dari aspek manapun dibandingkan dengan mandiri *mobile*, sedangkan jika dibandingkan dengan BCA *mobile*, mandiri *online* tertinggal pada aspek kecepatan BCA *mobile* memiliki nilai 4,48 dan mandiri *online* memiliki nilai 4,38. Spesifikasi mandiri *online* yang terbilang cukup tinggi berpengaruh pada kecepatan aplikasi saat bertransaksi. Untuk aspek keamanan dan efisiensi BCA *mobile* dan mandiri *online* memiliki nilai yang sama tinggi 4,48 dan 4,33 yang membuat kedua aplikasi tersebut memiliki tingkat keamanan yang aman dan mudah untuk digunakan oleh nasabah. Aspek layanan, informasi, jarang terjadinya error, dan tampilan mandiri *online* unggul dibandingkan BCA *mobile* dengan nilai 4,43, 4,52, 3,33, dan 4,67. Untuk informasi mandiri *online* tidak membutuhkan aplikasi tambahan sedangkan BCA *mobile* perlu mengunggah aplikasi tambahan untuk menerima informasi yang diberikan oleh pihak bank. Tampilan yang diberikan mandiri *online* lebih memanjakan nasabah dibandingkan BCA *mobile* memiliki tampilan yang sangat simpel.

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa inovasi yang dilakukan oleh Bank Mandiri yaitu dengan merubah produk mandiri *mobile* menjadi mandiri *online* menghasilkan respon yang positif dari nasabah dan unggul dari semua aspek kecepatan, layanan, keamanan, efisiensi, tingkat error, informasi, dan juga tampilan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada mandiri *online*, penulis mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi bank:

1. Mempertahankan atau bahkan meningkatkan aplikasi mandiri *online* yang sudah dikembangkan kearah yang lebih baik dari sebelumnya dengan memberikan jaminan atas kualitas yang lebih.
2. Tetap mencari SDM yang berkompeten agar dapat memaksimalkan kinerja mandiri *online* seperti ahli IT yang dapat menciptakan inovasi didalam aplikasi mandiri *online* supaya lebih unggul dibandingkan produk pesaing.
3. Melakukan inovasi pada mandiri online supaya spesifikasi yang diperlukan tidak begitu tinggi tetapi tidak mengurangi kualitas dari aplikasi tersebut. Dibutuhkan SDM yang berkualitas dan diberikan beberapa pelatihan supaya talentanya dimaksimalkan.
4. Dengan kemajuan teknologi yang pesat Bank Mandiri harus terus melakukan riset di pasaran supaya tidak tertinggal oleh pesaing.
5. Nilai 3,33 pada error yang berarti masih cukup sering terjadinya error harus menjadikan acuan bagi Bank Mandiri untuk memperbaiki sistem pada mandiri *online* supaya nasabah merasa puas. Hal ini pun sangat berpengaruh pada loyalitas nasabah.

6. Bank Mandiri jangan terus berfokus pada dalam negeri saja tetapi luar negeri juga dimana mandiri *online* tidak dapat bertransaksi dengan nasabah diluar negeri. Hal ini dapat diperbaiki oleh SDM yang ahli pada bidang IT supaya dapat melakukan perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU & JURNAL

Porter, M.E. (1996). What is strategy. *Harvard Business Review*. Nov-Dec, 61-78.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2010). *Strategic Management and Business Policy*. Prentice Hall.

Pressman, Roger S. (2014). *Software Engineering. A Practitioner's Approach*.

Hidayat, Deddy. (2010). Definisi Sistem. Tangerang: Jurnal Cyber Raharja, 2.

Hurley & Hult, R. (1998). Innovation. Market Orientation and Organizational Learning : An Intergration and Empirical Examination.

Drucker, Peter F. (1954). *The Practice of Management* New York: Harper and Row Publisher.

Gunawan, T., Jacob, J., & Duysters, G. (2016). Network ties and entrepreneurial orientation : Innovative performance of SMEs in a developing country.

Crawford, M., & Anthony, B. (2000). *New Products Management*. Boston: Irwin.

Lukas Bryan A and Ferrell. O. C, 2000, The Effect of Market Orientation on Product Innovation, *Journal of The Academy of Marketing Science*, vol 28, no 2.

O.C Ferrel, Michael D.Hartline. (2005). Marketing Strategy. United States: South Western Cengage Learning.

David, F. R. (2011). Strategic Management: concepts and cases. New Jersey: Pretince Hall.

John A.Pearce, Richard Branden Robinson. (2011). Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control. McGraw-Hill Irwin.

Ward, J., & Peppard, J. (2002). Strategic Planning for Information System thrid edition. Cranfield, UK: Wiley Series.

Porter, M.E. (2008). On competition. USA: A Harvard Business Review Book.

David, F. R. (2006). Manajemen Strategis. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Harisudin, M. (2011). Competitive Profile Matrix sebagai alat analisis strategi pemasaran produk atau jasa, 82.

Thompson, A. A., & Strickland, A. (1999). Startegi Management : Concepts and Cases. McGraw-Hill.

Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

McMilan, J. H.,& Schumacher. (2003). Research in Education: A conceptual introduction (5th ed.). New York: Longman.

Strauss, Anselm & Juliet Corbin, 2003. Dasar-dasar Penelitian Kualitatif. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.

Umar, Husein. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2003

Sugiyono. (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy*. Boston: Harvard Business School Publishing Corporation.

Flyod, T. D., Levy, S., & Wolfman, A. B. (1993). *Winning The New Product Development Battle*.

WEB

idemandiri.com/2015/10/keuntungan-kekurangan-mobile-banking.html/diakses pada 15/Maret/2018.

bankmandiri.co.id/en/mandiri-mobile/diakses pada 23/Februari/2018.

ijn.co.id/?p=1391/diakses pada 23/Februari/2018.

keuangan.kontan.co.id/news/berikut-20-bank-dengan-aset-terbesar-tanah-air/diakses pada 13/april/2019.

kinerjabank.com/bank_rankings?utf8=%E2%9C%93&data_type=5total_aset&periode%5Bquartal%5D=1&periode%5Byear%5D=2018&commit=Filter/diakses pada 19/april/2019.

liputan6.com/bisnis/read/3881933/setiap-menit-bank-mandiri-catatkan-4143-transaksi-nasabah/diakses pada 18/april/2019.

infobanknews.com/mandiri-perang-dagang-hingga-kondisi-politik-jadi-tantangan-berat-di-2019/ diakses pada 14/Mei/2019.

bi.go.id/id/moneter/informasi-kurs/transaksi-bi/Default.aspx/ diakses pada 14/Mei/2019.