

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Lingkup Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Strategi Bisnis	13
2.1.2 Perkembangan Bisnis Model Layanan Perbankan Digital	16
2.1.3 Analisis Faktor Eksternal Perusahaan.....	22
2.1.4 Analisis Faktor Internal Perusahaan	26
2.1.5 Matriks Faktor Internal-Eksternal (IE)	28
2.1.6 Analisa SWOT.....	29
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Penelitian.....	35
BAB III METODA PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Metoda Pengumpulan Data	36
3.3 Instrumen Penelitian	38
3.4 Metoda Analisis Data	38
3.5 Profil Perusahaan	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Identifikasi Faktor Pendorong Strategi Diferensiasi	46
4.2 Analisa Perubahan Model Bisnis Ekosistem Digital.....	56

4.3	Analisis Faktor Eksternal.....	61
4.3.1	Analisis PESTEL	61
4.3.2	Analisis Industri (Lima Kekuatan Porter).....	67
4.4	Analisis Faktor Internal	76
4.4.1	Analisis VRIN	76
4.5	Analisis Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan.....	80
4.5.1	Matrik EFE dan Matrik IFE.....	81
4.5.2	Analisis SWOT	86
4.6	Diskusi Hasil Penelitian	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Implikasi	91
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	92
5.4	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN.....		95
1.	Lampiran 1 Anotasi Data	95
2.	Lampiran 2 Buku Koda.....	127
3.	Lampiran 3 Kuisisioner	143
4.	Lampiran 4 Script Wawancara.....	163

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Fitur/Layanan <i>Mobile Banking</i> Livin	5
Tabel 1.2. Fitur/Layanan <i>Mobile Banking</i> BRImo.....	7
Tabel 1.3. Fitur/Layanan <i>Mobile Banking</i> BCA	8
Tabel 3.1. Kepemilikan Saham PT. Bank Mandiri	42
Tabel 3.2. Kinerja Keuangan PT. Bank Mandiri.....	45
Tabel 4.1. Hasil Penelitian Faktor Pendorong Diferensiasi	46
Tabel 4.2. Rincian Faktor Pendorong Diferensiasi	47
Tabel 4.3. Ciri Diferensiasi Meluas PT. Bank Mandiri	55
Tabel 4.4. Fitur dan Ekosistem Layanan <i>Mobile Banking</i> PT. Bank Mandiri.....	58
Tabel 4.5. Petunjuk Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Livin	60
Tabel 4.6. Perbandingan Kinerja <i>Mobile Banking</i> Livin dan Kompetitor	67
Tabel 4.7. Keunggulan Layanan Livin dibandingkan Pesaing	68
Tabel 4.8. Perbandingan Fitur dibandingkan Biaya.....	70
Tabel 4.9. Contoh Biaya Transaksi.....	76
Tabel 4.10. Sumber Daya PT. Bank Mandiri.....	77
Tabel 4.11. Hasil Analisis VRIN PT. Bank Mandiri	80
Tabel 4.12. Matrik EFE	81
Tabel 4.13. Matrik IFE.....	82
Tabel 4.14. Strategi Grow & Build PT. Bank Mandiri	85
Tabel 4.15. Analisa SWOT PT. Bank Mandiri	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei PWC 2018	3
Gambar 1.2 Alasan Utama Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	4
Gambar 1.3 Penggunaan Super App Perbankan dalam 3 bulan terakhir	5
Gambar 1.4 Nilai Transaksi <i>Mobile Banking</i> Bank KBMI 4 Th 2021, 2022	10
Gambar 2.1 Lima Strategi Kompetitif Generik.....	14
Gambar 2.2 Ciri Pendekatan Diferensiasi.....	15
Gambar 2.3 Faktor Pendorong Nilai Penciptaan Strategi Diferensiasi.....	16
Gambar 2.4 Ekosistem Perbankan Diperluas Menjadi 3 Level dari Core	17
Gambar 2.5 Model Bisnis Terintegrasi Secara Vertikal.....	19
Gambar 2.6 Model Bisnis Terintegrasi Non-Linear	20
Gambar 2.7 Valuasi Pendapatan Vertical Integrated vs Non-Linear.....	21
Gambar 2.8 Komponen Faktor Eksternal Makro Perusahaan.....	22
Gambar 2.9 Analisa 5 Kekuatan Porter.....	23
Gambar 2.10 Matrik Faktor Internal Eksternal	28
Gambar 2.11 Point Penyusunan Analisa SWOT	30
Gambar 2.12 Kerangka Penelitian.....	35
Gambar 3.1 Kepemilikan Saham PT. Bank Mandiri.....	42
Gambar 3.2 Anak Perusahaan PT. Bank Mandiri.....	43
Gambar 3.3 Kinerja Keuangan PT. Bank Mandiri	43
Gambar 3.4 Pertumbuhan Kredit PT. Bank Mandiri.....	44
Gambar 3.5 Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga PT. Bank Mandiri	44
Gambar 4.1 Proses Verifikasi Data Diri Calon Nasabah.....	49
Gambar 4.2 Proses Topup <i>e-Money</i> pada <i>Smartphone</i> NFC	50
Gambar 4.3 Proses Menggunakan Tap to Pay Livin	51
Gambar 4.4 Flow Promosi Wuling Melalui Aplikasi Livin.....	54
Gambar 4.5 Promosi Layanan di Media Sosial.....	55
Gambar 4.6 Perbandingan Pembayaran Tokopedia Melalui Livin dan Bank Pesaing.....	58
Gambar 4.7 Persentase Pengguna Internet Menurut Klasifikasi Daerah.....	62
Gambar 4.8 Tren Pertumbuhan Ekonomi Indonesia	63
Gambar 4.9 Tren Suku Bunga Acuan BI7DRR.....	63
Gambar 4.10 Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi	64
Gambar 4.11 Rating Aplikasi Livin dibandingkan Pesaing	72



Evaluasi Strategi Bersaing Perbankan Melalui Diferensiasi Layanan Mobile Banking di Era Digitalisasi

(Studi Kasus PT. Bank Mandiri)

Prastiyo Hadi Prayitno, Suyanto, S.E., M.B.A., Ph.D.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Gambar 4.12 Respon PT. Bank Mandiri atas Keluhan Pengguna	73
Gambar 4.13 Perbandingan Transaksi ATM vs Livin Kuartal 1 Th 2023	74
Gambar 4.14 Budaya AKHLAK dan 18 Panduan Perilaku.....	80
Gambar 4.15 Pemetaan Kuadran Matrik Internal & Eksternal	85