

## ABSTRAK

Bank Mandiri adalah salah satu bank dengan aset terbesar di Indonesia, salah satu fokus bisnis Bank Mandiri adalah consumer banking dengan salah satu produknya adalah KPR. Untuk menjangkau seluruh Indonesia bank mandiri terbagi menjadi 12 kantor wilayah. Salah satunya adalah kantor wilayah 3 Jakarta kota yang mencakup wilayah Jakarta barat, Jakarta Utara, Tangerang Raya, Pulogadung dan Banten.

Bank Mandiri Kanwil 3 adalah salah satu tulang punggung KPR di Bank Mandiri dengan 12% share baki debit dan 14% pencairan di tahun 2019 dari porsi seluruh Bank Mandiri, pertumbuhan bisnis KPR di Kanwil 3 sebesar 9,6% sedangkan pertumbuhan pasar sebesar 8,8% mengindikasikan persaingan yang ketat di wilayah tersebut.

Penelitian kualitatif ini dilakukan untuk mengetahui kondisi terkini dari lingkungan bisnis KPR, untuk mengidentifikasi strategi, kekuatan kompetitif, kelemahan dan ancaman yang ada. Sehingga diharapkan perusahaan dapat bertahan dan bahkan berkembang lebih bagus lagi di pasar yang dinamis.

Berdasarkan analisis, didapat kesimpulan bahwa industri KPR ini memiliki persaingan yang sangat ketat namun masih terdapat peluang yang dapat dioptimalkan oleh perusahaan terutama untuk KPR dari pengembang dan segmen usia milenial. Kekuatan yang dimiliki perusahaan seperti reputasi yang bagus, modal yang kuat serta teknologi yang mumpuni dapat digunakan oleh perusahaan dalam melawan ancaman sekaligus merebut peluang yang ada di pasar, kelemahan yang harus diperbaiki perusahaan adalah belum memanfaatkan database internal dan tenaga penjual yang belum optimal. Strategi terbaik bagi perusahaan berdasarkan strategi generic adalah strategi fokus nilai terbaik yang bekonsentrasi terhadap pelanggan KPR dari pengembang.

**Kata kunci** : Strategi, Persaingan, Database Internal, Pengembang, Fokus Nilai Terbaik

## ABSTRACT

*Bank Mandiri is one of the banks with the largest assets in Indonesia, one of Bank Mandiri's business focus is consumer banking with one of its products being KPR. To reach all of Indonesia, Bank Mandiri are divided into twelve regional offices. One of them is Bank Mandiri Regional Offices 3 which covers the areas of West Jakarta, North Jakarta, Tangerang Raya, Pulogadung and Banten.*

*Bank Mandiri Regional Office 3 is one of the backbone of KPR in Bank Mandiri with 12% share of debt tray and 14% dishbursment in 2019 of the entire Bank Mandiri portion, KPR business growth in area West Jakarta, North Jakarta, Tangerang Raya, Pulogadung and Banten 9.6% while market growth in that area is 8.8% indicates competition tight in that areas.*

*This qualitative research was conducted to find out the current conditions of of the KPR business environment, to identify strategies, competitive stengths, weaknesses, opportunities and threats. It is hoped that the company can survive and develop even better in a dynamic market.*

*Based on the analysis, it's concluded that the KPR industry has very tight competition but there are still opportunities that can be optimized by the company, especially for mortgages from developer and millennial age segments. Strengths owned by the company such as good reputation, strong capital, and qualified technology can be used by companies to fight threats while seizing opportunities in the market, weaknesses that must be corrected by the company is not utilizing the internal database and sales force that is not optimal. The best strategy for companies based on generic strategies is the best value focus strategy that concentrates on the mortgage customer from the developer*

*Keywords: Strategy, Competition, Internal Database, Developer, Best Value Focus*