

INTISARI

Pertumbuhan KPR di Indonesia semakin berkembang ditunjukkan dengan banyak pengembang membangun perumahan dimana-mana dan juga banyaknya pelanggan yang ingin mempunyai rumah ataupun membeli rumah sebagai tempat tinggal dan juga investasi. Hal ini sesuai dengan hukum penawaran yang menyatakan semakin tinggi tingkat harga suatu barang akan semakin banyak jumlah barang yang ditawarkan, dengan anggapan *ceteris paribus*. Ketika harga semakin naik, kemudian pelanggan yang ingin membeli rumah tetapi pelanggan tidak memiliki uang tunai yang cukup untuk membeli rumah, maka KPR adalah salah satu solusinya.

Penulis menggunakan kanvas model bisnis sebagai alat untuk mengetahui penerapan strategi pada KPR Mandiri Jogja. Dalam penerapan strategi melalui kanvas bisnis model, peneliti tertarik dengan blok *customer segment* karena pelanggan merupakan hal yang paling penting dalam bisnis suatu perusahaan dan blok tersebut sangat dipengaruhi oleh faktor demografi dan sosial budaya. Setelah diketahui bagaimana penerapan pada kanvas model bisnis, maka pembahasan evaluasi dari kanvas model bisnis menjadi sangat mutlak untuk diketahui lebih lanjut di KPR Mandiri Jogja.

Metode penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan metode wawancara semi terstruktur untuk mendapatkan data primer dari tiga informan yaitu Consumer Loan Manger, Verin Officer dan juga pelanggan KPR Mandiri Jogja. Data sekunder diperoleh penulis melalui studi dokumen yang bersumber dari internet, buku, majalah, artikel, dan penelitian sebelumnya terkait bisnis KPR Bank Mandiri. Dalam mengolah data, penulis menggunakan metode Miles and Huberman.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa *value proposition* KPR Mandiri jogja dapat tersampaikan kepada *customer segment* melalui *channel* dan *customer relationship*-nya, kemudian *key activity* secara keseluruhan berjalan dengan efektif dan efisien yang didukung dengan pemilihan *key resource* dan *key partnership* yang tepat, sehingga menghasilkan profit formula yang positif antara *revenue stream* dan *cost structure* yang dibuktikan dengan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya dengan fasilitas yang selalu tersedia.

Sebagai unit bisnis dari sebuah perusahaan perbankan yang dalam bisnisnya selalu mengikuti perkembangan teknologi, seharusnya Mandiri KPR Jogja juga menerapkan penggunaan aplikasi di handphone yang selanjutnya dapat digunakan sebagai *channel* maupun *customer relationship* untuk mendekatkan jarak dan meningkatkan waktu dalam berinteraksi antara KPR Mandiri Jogja dengan para pelanggannya, sehingga aktifitas bisnis berjalan semakin efektif dan efisien.

Kata kunci: KPR, segmen pelanggan, demografi dan sosial budaya, kanvas model bisnis

ABSTRACT

Mortgage as a part of banking industry has shown a significant growth in Indonesia. A large number of developer continually build housing everywhere across the country and followed with growing demands of house as needs for the people. Basic law of economics says that increasing demand will followed by raise of price and in the mortgage lately house price has raised higher than people's ability to pay it in cash so the only way is to buy it with mortgage lending.

Researcher was used business model canvas as a tool to dig Mandiri KPR Jogja strategy implementation. From the business canvas model analysis researcher step further to focused on it's customer segment as the most important factor in a business of a company and how it affected by demography and socio-cultural factors. Finally researcher evaluated how business model canvas works at Mandiri KPR Jogja.

Qualitative method was set as a base of this research and data displayed in descriptive style. Data collected with semi-structured interview as a primary tool and supported with secondary data from the internet, books, magazine, article and previous research. Researcher chose Miles and Huberman's method to analyzed data and made final conclusion.

Conclusion has been drawn based on the research findings that KPR Mandiri Jogja can give value proposition to it's customer segment through the channel and customer relationship effectively. Key activities has run efficiently because of the key resource optimalization and support from the perfectly match key partnership. As the last of the nine building blocks of business model canvas, revenue stream has shown greater value than cost structure which can be seen through KPR Mandiri Jogja existence through these years and still giving the best services to the customers.

Researcher suggestion for KPR Mandiri Jogja is to improve it's services to the customer through IT development. Cellphone application usage as channel and customer relationship must be optimized to maintain communication with the customer segment so Bank Mandiri will not left behind from their competitor. Effectiveness and efficiency is the purpose of why TI improvement is necessary so every KPR Mandiri Jogja human resource can interact with their customer.

Keywords: mortgage, customer segment, demography and socio-cultural, business model canvas