

## Analisis SWOT pada Produk Mandiri Tabungan Bisnis

Tania Adelira Ginting<sup>1</sup> Ivan Jeremy H Silaban<sup>2</sup> Pedro Siringoringo<sup>3</sup> Christin Loria  
Pangaribuan<sup>4</sup> E. Hamonangan Siallagan<sup>5</sup> Chrisnova Hasugian<sup>6</sup>

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas HKBP Nommensen, Kota  
Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

Email: [tania@gmail.com](mailto:tania@gmail.com)<sup>1</sup>

### Abstrak

Tujuan Karya Ilmiah: Mengetahui penerapan analisis SWOT dalam penyusunan strategi pemasaran produk tabungan bisnis pada Bank Mandiri. Untuk mengetahui apa saja faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi pemasaran produk tabungan. Untuk mengetahui hasil penerapan analisis SWOT dalam menentukan keunggulan kompetitif produk tabungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode literature review, yang bertujuan untuk menganalisis dan menyintesis berbagai sumber literatur yang relevan. Melalui metode ini, data diperoleh dari studi terdahulu, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber referensi lain yang mendukung pemahaman menyeluruh terhadap topik yang diangkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mandiri Tabungan Bisnis adalah produk perbankan dari Bank Mandiri yang dibuat untuk membantu keuangan para pelaku usaha, khususnya UMKM. Produk ini mempunyai banyak fitur seperti transaksi yang mudah, kartu debit dan kredit, serta layanan cash management dan pinjaman yang berguna untuk mengelola keuangan bisnis. Produk ini kuat karena bank memiliki reputasi bagus, menggunakan teknologi digital seperti aplikasi Livin By Mandiri, dan memberikan layanan berkualitas yang membuat nasabah percaya.

**Kata Kunci:** Swot, Produk Mandiri Tabungan Bisnis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

### PENDAHULUAN

Perbankan memiliki peran penting dalam perekonomian modern. Mereka menawarkan layanan keuangan yang mendukung transaksi, investasi, dan manajemen keuangan bagi individu dan perusahaan. Dengan kemajuan teknologi, perbankan juga mengalami perubahan digital yang besar. Hal ini membawa peluang dan tantangan baru terkait dengan keamanan, kecepatan pelayanan, dan inovasi produk. Bank harus sesuaikan diri dengan aturan yang berkembang dan harapan nasabah yang ingin layanan yang mudah dan dapat diakses. Metode seperti analisis SWOT membantu bank menyusun strategi yang adaptif dan kompetitif di tengah persaingan yang dinamis persaingan yang ketat di sektor perbankan, strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk menarik minat nasabah, khususnya di segmen bisnis. Produk Mandiri Tabungan Bisnis dibuat untuk mendukung keuangan bisnis kecil hingga menengah. Namun, kesuksesan penjualan produk ini bergantung pada strategi yang digunakan. Analisis SWOT adalah alat penting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi produk ini dari dalam dan luar. Penelitian ini akan membahas cara penggunaan analisis SWOT untuk membuat strategi pemasaran yang lebih efektif untuk Mandiri Tabungan Bisnis. Penelitian ini juga akan memberikan gambaran lengkap tentang tantangan dan peluang pertumbuhan di pasar perbankan saat ini.

Salah satu bank yang berperan penting dalam menawarkan produk tabungan adalah Bank Mandiri. Sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, Bank Mandiri terus berupaya mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar, khususnya dalam hal produk tabungan. Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan daya saing Anda dan menarik lebih banyak pelanggan. Salah satu pendekatan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai adalah dengan melakukan analisis SWOT

(Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats). Analisis SWOT dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan dan kelemahan internal Bank Mandiri serta peluang dan ancaman eksternal dalam memasarkan produk tabungannya. Pengenalan analisis SWOT ke dalam strategi pemasaran produk tabungan Mandiri akan memberikan wawasan lebih dalam mengenai faktor-faktor yang akan mempengaruhi keberhasilan pasar produk ini. Dengan memahami kekuatan yang dimiliki, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, dan ancaman yang perlu diwaspadai, Bank Mandiri dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif. Latar belakang ini penting untuk menjelaskan mengapa analisis SWOT merupakan alat yang relevan untuk mengembangkan strategi pemasaran produk Mandiri Tabungan. Pemahaman yang komprehensif mengenai faktor internal dan eksternal memberikan landasan yang kokoh untuk mengambil keputusan yang lebih strategis di sektor perbankan Indonesia yang semakin kompetitif. Kami ingin memberikan gambaran bagaimana Bank Mandiri menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan posisi dan daya saing produk tabungannya di pasar yang semakin kompetitif.

Rumusan Masalah: Bagaimana penerapan analisis SWOT dalam penyusunan strategi pemasaran produk tabungan? Apa saja faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi pemasaran produk tabungan? Tujuan Karya Ilmiah: Mengetahui penerapan analisis SWOT dalam penyusunan strategi pemasaran produk tabungan bisnis pada Bank Mandiri. Untuk mengetahui apa saja faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi pemasaran produk tabungan. Untuk mengetahui hasil penerapan analisis SWOT dalam menentukan keunggulan kompetitif produk tabungan. Ada beberapa manfaat penulisan critical journal review yaitu sebagai berikut: Sebagai referensi dan sumber pengetahuan bagi penulis dan pembaca. Membantu pengembangan dan keterampilan penelitian dan penulisan karya ilmiah bagi penulis dan pembaca.

## **Landasan Teori**

### **Defenisi SWOT**

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi suatu perusahaan. Berfokus pada kekuatan yang ada dan membangun kekuatan tersebut dapat memastikan bahwa perusahaan Anda lebih unggul dari pesaing yang ada. Agar suatu perusahaan dapat bertahan, ia juga harus memperbaiki kelemahannya. Perusahaan perlu memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan penjualan dan ancaman yang akan dihadapi oleh bisnis perlu diatasi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik. Kotler & Keller (2016) menyatakan analisis SWOT adalah alat yang membantu perusahaan mengenali dan mengevaluasi empat faktor strategis utama dalam lingkungan bisnisnya. Albert Humphrey Perancang metode SWOT, Humphrey mendefinisikan SWOT sebagai kerangka untuk memahami dan menyusun strategi bisnis, yang menyoroti kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal.

### **Strategi Pemasaran Bank**

Strategi pemasaran dalam industri perbankan adalah cara bertahap yang digunakan untuk menarik, melayani, dan mempertahankan pelanggan. Pemasaran bank melibatkan promosi dan komunikasi untuk membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah dan meningkatkan kepercayaan pada layanan keuangan yang disediakan. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran strategis bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen lebih baik daripada pesaing, yang sangat relevan dalam industri perbankan yang penuh persaingan. Untuk membuat strategi pemasaran yang efektif, bank harus mengidentifikasi segmen pasar yang berbeda dan memahami preferensi nasabah. Ini mencakup menerapkan konsep 4P (Produk, Harga, Tempat, Promosi) yang disesuaikan dengan produk bank, seperti tabungan, kredit, atau

layanan digital. Setiap bagian dari 4P berperan dalam menyokong pendekatan yang komprehensif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebagai bagian dari strategi pemasaran, analisis SWOT juga penting bagi bank untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan bisa berupa reputasi dan jaringan yang luas, kelemahan bisa berupa keterbatasan teknologi, peluang bisa berupa perkembangan penggunaan layanan digital bank, dan ancaman bisa berasal dari persaingan fintech atau bank digital. Analisis SWOT membantu kita memahami posisi persaingan serta faktor internal dan eksternal yang memengaruhi industri perbankan. Secara keseluruhan, strategi pemasaran bank perlu bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi, perubahan perilaku nasabah, dan peraturan pemerintah agar tetap dapat bersaing di pasar.

Kegiatan pemasaran merupakan bagian penting dalam setiap jenis usaha, apakah itu perusahaan yang mencari keuntungan atau usaha yang bersifat sosial. Pentingnya pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap produk atau jasa. Pemasaran semakin penting seiring dengan peningkatan pengetahuan masyarakat. Selanjutnya, kita harus siap menghadapi pesaing yang semakin bertambah dari waktu ke waktu. Dalam dunia perbankan, pemasaran menjadi kebutuhan utama bagi badan usaha yang mencari keuntungan. Tanpa pemasaran, pelanggan tidak akan tahu tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Kegiatan pemasaran membantu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Karena itu, dunia perbankan perlu melakukan pemasaran yang terpadu dan terus-menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola dengan baik agar keinginan pelanggan dapat dipenuhi dengan cepat. Pemasaran bank yang dikelola dengan baik disebut sebagai pemasaran bank profesional.

### **Konsep SWOT**

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang membantu mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi oleh suatu organisasi atau proyek. Konsep ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang bisa memengaruhi tujuan dan strategi bisnis, agar organisasi bisa membuat langkah-langkah yang benar untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Albert Humphrey, yang mencetuskan konsep ini, SWOT adalah alat untuk memahami situasi bisnis secara menyeluruh, sehingga manajer bisa merencanakan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal organisasi. Humphrey menekankan bahwa kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal yang bisa dikendalikan oleh organisasi, sementara peluang dan ancaman lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar kendali langsung. Menurut Kotler dan Keller (2016), analisis SWOT berguna sebagai bagian dari audit pemasaran yang membantu perusahaan untuk menempatkan diri di pasar dengan lebih baik. Menurut pendapat mereka, kekuatan adalah kelebihan yang dimiliki perusahaan untuk bersaing, sedangkan kelemahan adalah keterbatasan yang mungkin menghambat perusahaan dalam merespons peluang. Analisis peluang dan ancaman, menurut Kotler dan Keller, membantu perusahaan membuat strategi yang dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Menurut David (2011), SWOT memberikan pandangan tentang faktor-faktor penting yang memengaruhi kesuksesan bisnis. David mengatakan bahwa kekuatan dan kelemahan adalah faktor internal yang harus dinilai secara jujur untuk menentukan cara perusahaan memanfaatkan sumber daya mereka. Peluang dan ancaman adalah faktor-faktor eksternal yang terdiri dari kondisi ekonomi, perubahan teknologi, dan dinamika persaingan. Analisis SWOT memberikan kerangka yang mudah untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi tujuan organisasi. Dengan fokus pada kelemahan dan kekuatan serta peluang yang dapat dimanfaatkan, konsep SWOT membantu organisasi dalam membuat strategi yang responsif terhadap perubahan bisnis dan menjaga daya saing.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode literature review, yang bertujuan untuk menganalisis dan menyintesis berbagai sumber literatur yang relevan. Melalui metode ini, data diperoleh dari studi terdahulu, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber referensi lain yang mendukung pemahaman menyeluruh terhadap topik yang diangkat. Metode literature review memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi konsep, teori, dan temuan yang ada, serta memberikan analisis kritis yang mendalam terhadap fenomena yang dikaji.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Mandiri Tabungan Bisnis adalah produk perbankan dari Bank Mandiri yang dibuat untuk membantu keuangan pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Produk ini menawarkan fitur dan keuntungan untuk membantu pengelolaan keuangan bisnis, seperti: Kemudahan Transaksi, tabungan Bisnis Bank Mandiri menyediakan fasilitas seperti setoran tunai, transfer antarbank, dan pembayaran tagihan melalui Mandiri Online maupun ATM Bank Mandiri. Bank Mandiri menawarkan biaya administrasi yang bersaing di pasar, meskipun kadang terdapat biaya tambahan untuk layanan tertentu. Tabungan Bisnis Bank Mandiri menyediakan kartu debit dan kredit untuk memudahkan transaksi pembelian barang atau pembayaran bisnis dengan praktis dan aman. Sebagai bank yang memahami kebutuhan bisnis, Bank Mandiri menawarkan dukungan untuk pengelolaan usaha dengan produk tambahan seperti mandiri cash management dan loans. Produk ini dapat membantu pengusaha dalam mengelola arus kas dan pendanaan usaha mereka. Pada pembahasan mengenai Analisis Tabungan Bisnis PT. Bank Mandiri Tbk Bank Mandiri mempunyai salah satu Strength yaitu dengan pemanfaatan Mobile banking seperti Livin By Mandiri, Pada penelitian (Haris & Siti, 2024) mengatakan bahwa "Livin By Mandiri dapat meningkatkan efisiensi operasional, menekan biaya operasional, dan meningkatkan produktivitas karyawan. Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan analitik data juga membantu memberikan layanan perbankan yang lebih personal dan relevan kepada nasabah. Selain itu, teknologi digital juga memungkinkan Livin By Mandiri untuk memperluas pangsa pasar dengan menjangkau segmen nasabah yang lebih luas, termasuk generasi milenial yang lebih cenderung menggunakan layanan perbankan berbasis teknologi. Salah satu langkah strategis yang ditempuh adalah mengintegrasikan teknologi digital di seluruh lini bisnis perbankan. Dalam proses transformasi ini, Livin By Mandiri tidak hanya fokus pada pengembangan layanan perbankan berbasis aplikasi atau platform digital saja, namun juga berupaya untuk memperkuat sistem IT-nya, sehingga mampu mendukung operasional perbankan secara menyeluruh". Selain itu pada penelitian lainnya menyebutkan bahwasanya "pemanfaatan strategi digital marketing Livin by Mandiri sebagai contoh untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien " (Imas & Uswatun, 2023).

Daripada itu juga reputasi bank dapat juga menjadi alasan seseorang memilih layanan Tabungan Bisnis, Roberts dan Dowling (2002), menyatakan bahwa reputasi adalah salah satu aset tak berwujud yang paling bernilai bagi perusahaan karena sulit untuk ditiru oleh kompetitor. Menurut mereka, reputasi yang positif tidak hanya berfungsi sebagai pelindung dari risiko eksternal tetapi juga memberikan perusahaan fleksibilitas untuk menetapkan harga dan menambah loyalitas pelanggan. Bank Mandiri memiliki reputasi yang solid dalam hal kepercayaan, terutama sebagai salah satu bank BUMN terbesar. Hal ini diperkuat oleh kepemilikan pemerintah yang memberikan rasa aman bagi nasabah, terutama dalam hal stabilitas finansial dan keamanan simpanan. Reputasi ini berperan penting dalam menjaga loyalitas nasabah lama sekaligus menarik nasabah baru. Kualitas Pelayanan juga dapat memberikan pengaruh terhadap penggunaan layanan Tabungan Bisnis Kualitas Pelayanan

menjadi gambaran dan acuan bagi para konsumen dalam membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa, tingkatan keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut dan merupakan alat sebagai ukuran seberapa bagus tingkatan layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepuasan nasabah merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam ilmu pemasaran. Penelitian (Kirana&Salim,2021) menyatakan "Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan mempunyai hubungan yang sangat kuat". Meskipun Mandiri Tabungan Bisnis memiliki berbagai fitur dan manfaat, Weakness utamanya adalah biaya administrasi yang lebih tinggi dibandingkan produk serupa dari bank digital atau fintech. Biaya administrasi bulanan, seperti biaya bulanan dan biaya transaksi khusus, bisa menambah beban UMKM dengan anggaran terbatas. Sebagai bank non-digital, Bank Mandiri harus memikirkan biaya operasional yang lebih tinggi karena memiliki cabang fisik dan infrastruktur yang lebih rumit. Walau layanan digital bisa memangkas biaya, namun ada biaya yang tetap dikenakan pada nasabah. Hal ini bisa membuat Tabungan Bisnis Mandiri kurang diminati di pasar yang sangat bersaing, di mana banyak pengusaha mencari opsi lain dengan biaya administrasi yang lebih murah atau tanpa biaya sama sekali. Biaya administrasi tidak fleksibel dan cenderung tetap, tanpa penyesuaian berdasarkan volume transaksi atau jenis layanan, dapat menghambat nasabah yang lebih suka biaya berdasarkan penggunaan. Bank Mandiri harus meninjau kembali biaya-biaya mereka agar bisa tetap kompetitif dengan produk perbankan digital yang semakin populer di kalangan pengusaha.

Persyaratan Saldo Minimum Mandiri Tabungan Bisnis mungkin memiliki persyaratan saldo minimum yang lebih besar. Bagi bisnis kecil atau yang baru berkembang, ini bisa menjadi kendala karena saldo minimum yang tinggi bisa membatasi fleksibilitas keuangan mereka. Keterbatasan Fitur Digital untuk Pengelolaan Keuangan Jika dibandingkan dengan layanan digital bank yang lebih maju atau dengan aplikasi keuangan yang terintegrasi penuh, beberapa fitur digital untuk Mandiri Tabungan Bisnis mungkin dirasakan terbatas oleh pengguna. Misalnya, nasabah yang membutuhkan pelaporan atau integrasi dengan sistem akuntansi mungkin merasa fiturnya kurang memadai. Keterbatasan Keunggulan Kompetitif terhadap Bank Digital Bank digital sering menawarkan biaya administrasi rendah atau tanpa biaya administrasi sama sekali dan layanan yang sepenuhnya digital. Dengan meningkatnya jumlah bank digital, ini bisa menjadi kelemahan kompetitif bagi produk Mandiri Tabungan Bisnis, terutama bagi nasabah yang mencari efisiensi biaya dan akses penuh ke layanan digital. Keterbatasan Program Insentif atau Cashback Bank konvensional, termasuk Mandiri, mungkin menawarkan lebih sedikit insentif berupa cashback atau rewards dibandingkan dengan produk yang serupa di bank digital. Hal ini dapat menjadi kelemahan dalam menarik nasabah bisnis yang menginginkan keuntungan tambahan dari aktivitas perbankan mereka. salah satu kelemahan umum pada produk tabungan konvensional termasuk biaya administrasi yang terkadang dianggap cukup tinggi oleh nasabah dibandingkan dengan keuntungan yang diperoleh, khususnya bagi pelaku usaha kecil yang mengandalkan efisiensi biaya dalam setiap aspek keuangan. Hal ini dapat membuat produk tabungan bisnis kurang kompetitif dibandingkan dengan alternatif lain seperti produk bank syariah atau fintech yang menawarkan biaya lebih rendah atau bahkan tanpa biaya administrasi.

Walaupun biaya administrasi pada Tabungan Bisnis Bank Mandiri bisa dianggap sebagai kelemahan, tapi juga memberi kesempatan kepada Bank Mandiri untuk berinovasi dan menciptakan perbedaan dalam layanan perbankan. Model biaya yang lebih fleksibel seperti biaya berdasarkan transaksi atau penawaran biaya paket yang lebih terjangkau dapat menjadi

peluang utama yang dapat dimanfaatkan, terutama bagi UMKM. Dengan cara ini, Bank Mandiri bisa menarik lebih banyak pelanggan dari kalangan pengusaha kecil yang peduli dengan biaya administrasi. Bank Mandiri juga punya kesempatan untuk memasukkan teknologi digital lebih dalam, yang bisa mengurangi biaya operasional serta memungkinkan bank untuk menawarkan layanan dengan biaya yang lebih murah kepada pelanggan. Penggunaan platform digital seperti mobile banking dan online banking dapat membantu Bank Mandiri mengurangi biaya administrasi yang harus dibayar oleh nasabah. Dengan teknologi ini, Bank Mandiri bisa memberikan layanan yang lebih efisien dan terjangkau, sehingga bisa menarik lebih banyak nasabah bisnis, terutama dari segmen UMKM. Peluang lainnya adalah memberikan program insentif atau diskon biaya administrasi bagi nasabah dengan saldo tertentu atau transaksi besar. Hal ini akan mendorong pelanggan untuk lebih aktif menggunakan layanan Bank Mandiri dan juga meningkatkan kesetiaan mereka terhadap produk Tabungan Bisnis. Dengan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang ini, Bank Mandiri dapat meningkatkan daya saingnya dan memberikan nilai tambah bagi pelanggannya, terutama di pasar yang semakin terhubung dengan teknologi digital dan persaingan biaya yang ketat. Pertumbuhan UMKM dan Digitalisasi Bisnis memberikan peluang besar bagi layanan perbankan bisnis di Indonesia. Banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memerlukan layanan keuangan yang mudah digunakan dan terjangkau untuk membantu bisnis mereka. Dengan menambahkan fitur akses kredit mikro dan integrasi digital, Bank Mandiri bisa lebih mendukung sektor ini dan memperkuat posisinya. Kolaborasi dengan platform digital dan e-commerce bisa membantu meningkatkan akses ke produk Tabungan Bisnis Mandiri. Contohnya, bekerja sama dengan platform pembayaran atau aplikasi keuangan digital akan membantu pemilik bisnis dalam mengelola transaksi online. Ini juga dapat membantu bank Mandiri menjangkau lebih banyak pelanggan di kalangan pebisnis digital dan startup. Pelaku bisnis semakin menyadari pentingnya mengelola keuangan dengan baik, termasuk menggunakan layanan tabungan bisnis.

Dengan menyediakan program edukasi keuangan, Bank Mandiri dapat menarik minat pengusaha untuk mengelola keuangan bisnis mereka lebih baik. Hal ini membuat Mandiri Tabungan Bisnis menjadi pilihan yang dapat dipercaya untuk manajemen keuangan. Dengan kemajuan teknologi digital, bank dapat meningkatkan layanan mereka melalui fitur-fitur digital seperti pelaporan keuangan otomatis, analisis arus kas, dan pengelolaan transaksi secara real-time. Mandiri dapat menggunakan teknologi ini untuk menarik bisnis kecil dan menengah yang butuh solusi manajemen keuangan yang efisien dan mudah digunakan. Pemerintah Indonesia mendukung inklusi keuangan dengan mengeluarkan kebijakan untuk memperluas akses layanan perbankan bagi UMKM. Kebijakan ini memberikan kesempatan kepada Bank Mandiri untuk memperkenalkan Tabungan Bisnis kepada lebih banyak calon nasabah, khususnya di daerah yang sulit dijangkau oleh layanan perbankan biasa. Dalam analisis SWOT, ada ancaman yang bisa mempengaruhi kinerja dan daya tarik Tabungan Bisnis Bank Mandiri. Ancaman besar datang dari bank digital dan fintech yang semakin ketat persaingannya. Bank digital yang menawarkan layanan perbankan dengan biaya rendah, kecepatan transaksi, dan akses 24/7 semakin diminati oleh para pelaku usaha, terutama UMKM, yang lebih fokus pada efisiensi biaya dan waktu. Kehadiran bank digital menarik nasabah dengan biaya administrasi rendah dan layanan fleksibel. Hal ini menjadi tantangan bagi Bank Mandiri untuk mempertahankan nasabahnya. Perubahan regulasi juga dapat mengancam Tabungan Bisnis Bank Mandiri. Kebijakan pemerintah yang mendukung inklusi keuangan dan transparansi biaya, serta peraturan yang mengharuskan bank untuk menurunkan biaya layanan, bisa berdampak pada profitabilitas bank. Jika biaya administrasi dikurangi atau dibatasi, itu dapat mengurangi pendapatan dari sektor perbankan bisnis dan menekan margin keuntungan. Ancaman lain adalah ketidakpastian ekonomi yang bisa mempengaruhi daya beli dan stabilitas keuangan

UMKM. Resesi ekonomi atau inflasi yang tinggi bisa membuat orang tidak banyak menggunakan layanan perbankan, khususnya tabungan bisnis. Hal ini terjadi karena banyak pelaku usaha mengalami kesulitan finansial dan membatasi investasi mereka.

Dalam keadaan ini, Bank Mandiri harus memastikan bahwa layanan Tabungan Bisnis tetap bermanfaat dan bernilai bagi para pelanggan, meskipun ekonomi sedang sulit. Yang terakhir, perubahan pilihan konsumen juga dapat menjadi ancaman, terutama dengan semakin banyaknya pengusaha muda yang beralih ke kebiasaan digital. Banyak orang memilih layanan perbankan yang praktis, cepat, dan menggunakan teknologi. Jika Bank Mandiri tidak cepat beradaptasi dengan perubahan ini dan tetap menggunakan metode perbankan tradisional, kemungkinan kehilangan pangsa pasar yang banyak. Persaingan dengan Bank Digital dan Fintech yang menawarkan layanan perbankan dengan biaya murah atau gratis adalah ancaman besar. Layanan digital ini biasanya memberikan pengalaman yang lebih cepat, sederhana, dan terjangkau, yang menarik bagi pemilik bisnis, terutama UMKM yang memperhatikan biaya. Produk perbankan digital lebih mudah berintegrasi dengan sistem pembayaran online dan aplikasi bisnis. Perubahan Preferensi Konsumen ke Layanan Berbasis Teknologi, Semakin banyak orang dan perusahaan yang lebih suka menggunakan layanan berbasis teknologi karena kecepatan, fleksibilitas, dan kenyamanan yang ditawarkannya. Jika Mandiri Tabungan Bisnis tidak segera mengikuti perkembangan teknologi terbaru, seperti mobile banking yang modern atau fitur otomatisasi untuk bisnis, akan ada risiko kehilangan pelanggan yang ingin akses instan dan layanan digital. Peraturan Pemerintah yang Ketat Regulasi yang ketat di sektor perbankan, termasuk peraturan mengenai biaya administrasi dan kepatuhan terhadap peraturan keamanan data nasabah, dapat memengaruhi fleksibilitas bank dalam menawarkan produk yang kompetitif. Selain itu, kebijakan yang bertujuan untuk melindungi UMKM atau memfasilitasi perbankan inklusif bisa mempengaruhi margin keuntungan bank dalam menyediakan layanan khusus untuk segmen ini. Ketidakstabilan ekonomi makro, seperti inflasi atau resesi, bisa membuat UMKM kesulitan dalam beroperasi dan menggunakan produk perbankan karena daya beli yang menurun. Ini bisa membuat jumlah pelanggan bisnis baru menurun dan meningkatkan risiko kredit bagi bank. Jika tidak berinovasi, bisnis akan kehilangan daya saing di pasar yang kompetitif. Inovasi sangat penting untuk menjaga pelanggan. Jika Mandiri Tabungan Bisnis tidak terus berinovasi dan menyesuaikan produknya dengan kebutuhan pasar, ada risiko besar kehilangan pangsa pasar terhadap bank atau lembaga keuangan lain yang lebih inovatif dalam menawarkan produk bisnis yang terintegrasi dengan teknologi terbaru.

## **KESIMPULAN**

Mandiri Tabungan Bisnis adalah produk perbankan dari Bank Mandiri yang dibuat untuk membantu keuangan para pelaku usaha, khususnya UMKM. Produk ini mempunyai banyak fitur seperti transaksi yang mudah, kartu debit dan kredit, serta layanan cash management dan pinjaman yang berguna untuk mengelola keuangan bisnis. Produk ini kuat karena bank memiliki reputasi bagus, menggunakan teknologi digital seperti aplikasi Livin By Mandiri, dan memberikan layanan berkualitas yang membuat nasabah percaya. Meskipun begitu, produk ini memiliki kelemahan seperti biaya administrasi yang lebih tinggi daripada produk bank digital atau fintech, serta persyaratan saldo minimum yang bisa membatasi fleksibilitas keuangan bagi bisnis kecil. Di sisi lain, Bank Mandiri punya kesempatan besar untuk meningkatkan daya saing dengan mengembangkan teknologi digital, menerapkan biaya yang lebih fleksibel, dan memberikan insentif kepada nasabah. Di Indonesia, peluang bertambahnya pangsa pasar muncul dari pertumbuhan UMKM dan digitalisasi bisnis. Namun, produk ini dihadapkan pada persaingan dari bank digital dan fintech yang menyediakan biaya murah serta layanan teknologi yang lebih cepat dan mudah. Oleh sebab itu, Bank Mandiri perlu terus berinovasi agar dapat

tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih memperhatikan efisiensi biaya serta keakraban dalam layanan perbankan digital. Dengan memanfaatkan kesempatan dan menghadapi tantangan ini, Bank Mandiri dapat terus memperluas Mandiri Tabungan Bisnis untuk mendukung pertumbuhan UMKM dan memperkuat posisinya di pasar perbankan Indonesia.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ayuningtyas, Kirana Apsari dkk. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah". *Jurnal Manajemen*, 11(1), 63-76.
- Imas, R. A. K., & Chasanah, U. (2023). Strategi digital marketing Livin' by Mandiri dalam meningkatkan nasabah. *Journal Syntax Idea*, 5(11), 101-111.
- Juliani, Eko dan Hendri Riofila. 2024. "Livin' by Mandiri Sebagai Strategi Pemasaran PT. Bank Mandiri". *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*. 5(3), 342-349.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Mashuri, Muchamad dan Delfian Zaman. 2022. "Pengaruh Lingkungan Pemasaran Internal Dan Lingkungan Pemasaran Eksternal Karyawan Dalam Proses Manajemen Pemasaran Pt Bank Mandiri Tbk Kayuagung". *Economics And Business Management Journal*, 1(4), 251-259.
- Sihite, Toga Sehat Dkk. 2020. "Strategi Pemasaran Pada Bank Pemerintah: Studi Kasus Pt. Bank Mandiri Tbk. Cabang Yogyakarta Tahun 2004". *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*, 7(1), 31-36.
- Susanto, Haris dan Siti Safaria. 2024. "Proposed Livin Digital Banking Product Development Strategy at PT. Bank Mandiri Tbk". *Formosa Journal of Sustainable Research*, 3(5), 1063-1082.
- Tamara, Angelica. 2016. "Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis". *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(3), 395-406.