

**STRATEGI MENINGKATKAN MARKET SHARE CASA PADA
PT BANK MANDIRI (Persero) Tbk. AREA PADANG**

TESIS



**Diajukan Oleh:
Hindira Mizain**

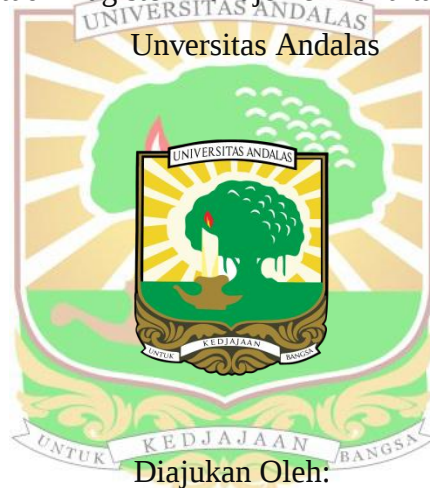
2220522017

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

**STRATEGI MENINGKATKAN MARKET SHARE CASA PADA
PT BANK MANDIRI (Persero) Tbk. AREA PADANG**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister Manajemen
Pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Diajukan Oleh:

Hindira Mizain

2220522017

**Pembimbing I : Dr. Fajri Adrianto, SE., Mbus (Adv)
Pembimbing II : Dr. Syafrizal, SE.,MM**

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

STRATEGI MENINGKATKAN *MARKET SHARE* CASA PADA PT BANK MANDIRI AREA PADANG

Thesis oleh Hindira Mizain
Pembimbing Dr. Fajri Adrianto, SE., Mbus (Adv), dan
Dr. Syafrizal, SE., MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi peningkatan *market share* dana pada PT Bank Mandiri Area Padang. Latar belakang penelitian menunjukkan bahwa meskipun secara nasional Bank Mandiri mencatat pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang signifikan, kontribusi Area Padang masih relatif rendah dibandingkan provinsi lain di Region II. Kondisi ini menuntut adanya strategi yang lebih tepat untuk memperkuat posisi Bank Mandiri di wilayah Sumatera Barat. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan metode yang digunakan adalah Analisis SWOT untuk menentukan *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *External Factor Evaluation (EFE)* yang akan menjadi dasar dalam perumusan alternatif strategi menggunakan Matriks Internal External (*IE Matrix*) dan Matriks SWOT. Hasil analisis *IE Matrix* menunjukkan bahwa skor IFE dan EFE adalah 2,821 dan 2,960 yang menempatkan posisi Bank Mandiri Area Padang pada sel V (*IE Matrix*) dengan jenis strategi alternatif *hold and maintain*. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa kekuatan utama Bank Mandiri Area Padang terletak pada jaringan cabang yang luas serta pemanfaatan *digital banking* melalui aplikasi Livin' dan Kopra. Kelemahan yang ditemukan adalah rendahnya penetrasi CASA dibandingkan dengan wilayah lain. Dari sisi eksternal, peluang datang dari potensi ekonomi daerah seperti sektor pertanian, UMKM, dan pariwisata, sementara ancaman berasal dari persaingan antarbank dan ketidakpastian ekonomi global. Analisis SWOT menghasilkan 16 strategi yang dapat direkomendasikan untuk meningkatkan *market share* CASA pada Bank Mandiri.

Kata Kunci : Bank Mandiri, CASA, Dana Pihak Ketiga, *IE*, *Market Share*, Strategi Perbankan, SWOT

STRATEGIES TO INCREASE CASA MARKET SHARE AT PT BANK MANDIRI AREA PADANG

Thesis by Hindira Mizain
Supervisor Dr. Fajri Adrianto, SE., Mbus (Adv)and
Dr. Syafrizal, SE., MM

ABSTRACT

This study aims to formulate strategies to increase the market share of funds at PT Bank Mandiri Area Padang. The background of the study shows that although Bank Mandiri has recorded significant growth in Third Party Funds (DPK) nationally, the contribution of the Padang Area is still relatively low compared to other provinces in Region II. This condition requires a more appropriate strategy to strengthen Bank Mandiri's position in the West Sumatra region. This study employs a descriptive analysis method, utilizing the SWOT analysis to determine Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE), which will serve as the basis for formulating alternative strategies using the Internal-External Matrix (IE Matrix) and SWOT Matrix. The results of the IE Matrix analysis show that the IFE and EFE scores are 2.821 and 2.960, respectively, placing Bank Mandiri Padang Area in cell V (IE Matrix) with the alternative strategy type of hold and maintain. The analysis also showed that Bank Mandiri Area Padang's main strengths lie in its extensive branch network and the use of digital banking through the Livin' and Kopra apps. The analysis also shows that the main strengths of Bank Mandiri Area Padang lie in its extensive branch network and the utilization of digital banking through the Livin' and Kopra applications. The weakness identified is the low penetration of CASA compared to other regions. From an external perspective, opportunities arise from the potential of the local economy. The SWOT analysis produced 16 strategies that can be recommended to increase CASA's market share at Bank Mandiri.

Keywords: Bank Mandiri, CASA, Third Party Funds, IE, Market Share, Banking Strategy, SWOT