



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan dan Batasan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4. Sistematika Pembahasan	6
BAB II LANDASAN TEORI & METODA PENELITIAN	8
2.1. Konsep Strategi	8
2.2. Konsep Visi dan Misi Perusahaan	9
2.3. Piramida Penyusunan Strategi	10
2.4. Proses Formulasi Strategi	11
2.5. Strategi Bersaing	11
2.6. Strategi Generik	12
2.7. Analisa SWOT	13
2.8. Tahapan Penyusunan Strategic Management	14
2.9. Identifikasi Strategi Utama	14
2.10. Metode Penelitian	15
BAB III CARA PENELITIAN DAN GAMBARAN UMUM BANK NIAGA	17
3.1. Sekilas Bank Niaga	17
3.2. Struktur Organisasi	19
3.3. Kode Etik	19
3.4. Pernyataan Prinsip Dasar Pelayanan	19
3.5. Visi dan Misi Bank Niaga	21
3.5.1. Visi	21
3.5.2. Misi	21
3.5.3. Strategi Bank Niaga	21
3.5.4. Strategi Consumer Banking	22
3.6. Produk dan Jasa Bank	22
3.7. Tingkat Bunga	23
3.8. Jaringan Distribusi	23



3.9. Promosi	24
3.10. Organisasi dan Sumber Daya Manusia	25
BAB IV ANALISA PERMASALAHAN	27
4.1. Analisa SWOT	27
4.2. Faktor Kunci Keberhasilan	29
4.3. Strategi Positioning	30
4.4. Evaluasi Terhadap Produk Bank	31
4.4.1. Produk Dana	31
4.4.1.1. Produk Tabungan	33
4.4.1.2. Produk Deposito	34
4.4.2. Produk Kredit	34
4.5. Evaluasi Tingkat Bunga Dana dan Kredit	36
4.5.1. Tingkat Bunga Dana	36
4.5.2. Tingkat Bunga Kredit	37
4.6. Evaluasi Jalur Distribusi	37
4.7. Evaluasi Promosi	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1. Kesimpulan	41
5.2. Keterbatasan	42
5.3. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	