

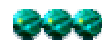
DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI	xviii
ABSTRACT	xix
Bab I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Manfaat Penelitian	10
1.4. Batasan penelitian	11
1.5. Metodologi Penelitian	11
1.5.1. Jenis Penelitian	11
1.5.2. Tipe dan Sumber Data	12
1.5.3. Data yang Dibutuhkan	12
1.5.4. Prosedur Pengumpulan dan Analisis Data	13
1.6. Sistematika Pembahasan	15
Bab II LANDASAN TEORI	17
2.1 Sekilas Konsep Bank	17
2.1.1. Pengertian Bank	17
2.1.2. Peran Bank	18

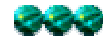




2.1.3. Usaha dan Jasa Bank	19
2.1.4. Produk Dana Bank	21
2.1.5. Pemasaran Perbankan Sebagai Perusahaan Jasa	22
2.2. Perencanaan Pemasaran	23
2.2.1. Perencanaan Pemasaran dan Perencanaan Perusahaan	23
2.2.2. Proses Perencanaan Strategis dan Perencanaan Pemasaran ...	30
2.3. Audit Pemasaran	37
2.3.1. Perkembangan Audit Pemasaran	37
2.3.2. Definisi dan Pengertian Audit Pemasaran	43
2.3.3. Konsep Audit Pemasaran	45
2.3.3.1 Alat Pengendalian Strategis	45
2.3.3.2 Proses Audit Pemasaran	51
2.3.3.3 <i>Approach</i> Audit Pemasaran	56
2.3.3.4 <i>Tools</i> Audit Pemasaran	60
2.3.3.5 <i>Framework</i> Audit Pemasaran	66
2.3.3.6 Manfaat Audit Pemasaran	69
2.3.3.7 Karakteristik Audit Pemasaran	70
2.3.3.8 Syarat-Syarat Pelaporan Audit Pemasaran	70
2.3.3.9 Aspek-Aspek Audit Pemasaran	72
2.4. Audit Pemasaran Berdasarkan Strategic Marketing Plus 2000	73
2.4.1 Landasan Konsep <i>Strategic Marketing Plus</i> 2000	73
2.4.1.1 <i>Competitive Setting Profile (CSP)</i>	74
2.4.1.2 <i>Company Alignment Profile (CSP)</i>	77
2.4.2 Metodologi Audit Pemasaran Berdasarkan <i>Strategic Marketing Plus</i> 2000	80
2.5. <i>Benchmarking</i>	86
2.6. Analisis SWOT	91
2.6.1 Cara Memperoleh Data, Informasi dan Prakiraan Strategis	95



2.6.2 Model Analisis SWOT	97
2.6.3 Analisis SWOT Berdasarkan Matrik Dampak Silang	99
Bab III GAMBARAN UMUM BANK BTN	104
3.1. Sejarah Singkat Bank BTN	104
3.2. Visi dan Misi Bank BTN	106
3.2.1. Visi	106
3.2.2. Misi	106
3.3. Budaya Organisasi	107
3.3.1. Nilai-Nilai Dasar	107
3.3.2. Etika Perorangan	107
3.3.3. Pedoman Untuk Semua Pegawai	108
3.4. Struktur Bisnis	109
3.5. Struktur Organisasi	111
3.6. Produk Dana Bank BTN	112
3.7. Kebijakan Umum Audit dan Pemasaran Bank BTN	117
3.7.1. Kebijakan Audit	117
3.7.1.1 Misi Divisi Audit Intern (DAI)	117
3.7.1.2 Fungsi, Tugas dan Tanggung Jawab DAI	118
3.7.1.3 Struktur Organisasi DAI	119
3.7.2. Kebijakan Pemasaran	119
3.7.2.1 Misi Divisi Pemasaran Ritel (DPRT)	119
3.7.2.2 Fungsi, Tugas dan Tanggung Jawab DPRT	119
3.7.2.3 Struktur Organisasi DPRT	120
Bab IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	121
4.1. Studi Literatur dan <i>Benchmarking</i>	121
4.1.1. Studi Literatur	121

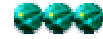


4.1.2 <i>Benchmarking</i>	132
4.1.2.1 Hasil <i>Generic Benchmarking</i>	145
4.1.3 Rancangan Konsep Audit Pemasaran Produk Dana Bank BTN	146
4.2 Rekomendasi Kepada Jajaran Manajemen Bank BTN Didalam Mengimplementasikan Audit Pemasaran Produk Dana Bank BTN..	157
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN	166
5.1. Kesimpulan	166
5.2. Saran	176
DAFTAR PUSTAKA	181
LAMPIRAN	186
Lampiran I	186
Lampiran II	190



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Adu Balap Giro Antar Bank	3
Tabel 1.2	: Para Penguasa Tabungan	3
Tabel 1.3	: Nikmatnya Deposito dan Sertifikat Deposito	4
Tabel 2.1	: Karakteristik Jasa dan Implikasi Pemasaran	23
Tabel 2.2	: <i>Developing a Strategic Marketing Plan</i>	25
Tabel 2.3	: Komponen Audit Pemasaran	47
Tabel 2.4	: Daftar Periksa Audit Pemasaran	49
Tabel 2.5	: <i>Guide to Conducting the Strategic Marketing Audit</i>	50
Tabel 2.6	: <i>Marketing Audit Checklist</i>	56
Tabel 2.7	: <i>Marketing Audit Checklist Approach</i>	57
Tabel 2.8	: <i>Marketing Audit Procedure</i>	59
Tabel 2.9	: <i>Summary Steps in the Checklist Approach</i>	59
Tabel 2.10	: Tiga Dimensi Permintaan Pelanggan	75
Tabel 2.11	: Tiga Dimensi Persaingan	76
Tabel 2.12	: Tiga Dimensi <i>Change Driven</i>	76
Tabel 2.13	: <i>Competitive Setting Profile Form</i>	81
Tabel 2.14	: <i>Company Alignment Profile Form</i>	81
Tabel 2.15	: <i>Conceptual Framework</i>	83
Tabel 2.16	: Penjelasan Tabel <i>Conceptual Framework</i>	84
Tabel 2.17	: <i>Outline of a Good Marketing Prectise</i>	88
Tabel 2.18	: <i>Types of Benchmarking</i>	90
Tabel 2.19	: Sifat Telaah Faktor SWOT	93
Tabel 2.20	: <i>SWOT Analysis Lesson</i>	94
Tabel 2.21	: Cakupan Kegiatan SWOT	94
Tabel 3.1	: Struktur Bisnis Bank BTN	110
Tabel 3.2	: Produk Dana Bank BTN	113



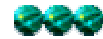
Tabel 4.1	:	Hasil Audit Pemasaran PT Sun Life Financial	137
Tabel 4.2	:	Indikator Keberhasilan PT Sun Life Financial Setelah Melakukan Audit Pemasaran	144





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Perencanaan Pemasaran dalam proses perencanaan Perusahaan	27
Gambar 2.2	: Langkah Proses Perencanaan Strategis	31
Gambar 2.3	: Rencana Pemasaran Strategis dan Alat/Teknik Terkait	34
Gambar 2.4	: Model Manajemen Strategis Lengkap	35
Gambar 2.5	: <i>Five Task</i>	35
Gambar 2.6	: Proses Perencanaan Strategis Bisnis	36
Gambar 2.7	: <i>The Marketing Audit Process</i>	52
Gambar 2.8	: <i>Marketing Control Process</i>	52
Gambar 2.9	: <i>Strategic Marketing Evaluation Control</i>	53
Gambar 2.10	: Proses <i>Control</i> Pemasaran	54
Gambar 2.11	: <i>Sales Strategy Audit Process</i>	55
Gambar 2.12	: PEST Analysis	61
Gambar 2.13	: Matrik SWOT	62
Gambar 2.14	: BCG Analysis	64
Gambar 2.15	: <i>Standard Planning Framework</i>	66
Gambar 2.16	: <i>Competitive Setting Framework</i>	77
Gambar 2.17	: Pola <i>Benchmarking</i>	89
Gambar 2.18	: Kuesioner SWOT	95
Gambar 2.19	: Pengumpulan Data SWOT	96
Gambar 2.20	: Pengelompokan Data SWOT	97
Gambar 2.21	: Contoh Analisis SWOT Berdasarkan Matrik Dampak Silang.....	103
Gambar 3.1	: Segitiga Iman	109
Gambar 3.2	: Bagan Struktur Organisasi Kantor Pusat Bank BTN	112
Gambar 3.3	: Bagan Struktur Organisasi DAI	119



Gambar 3.4	: Bagan Struktur Organisasi DPRT	120
Gambar 4.1	: <i>Framework</i> Audit Pemasaran PT Sun Life Financial	143
Gambar 4.2	: Rancangan <i>Framework</i> Audit Pemasaran Produk Dana Bank BTN	153
Gambar 4.3	: Analisis SWOT Implementasi Audit Pemasaran Poduk Dana Bank BTN	159
Gambar 4.4	: Matriks Dampak Silang Poduk Dana Bank BTN	159
Gambar 5.1	: Rancangan <i>Framework</i> Audit Pemasaran Produk Dana Bank BTN	172

