



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.3    Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4    Tujuan Penelitian .....	9
1.5    Manfaat Penelitian .....	9
1.6    Lingkup Penelitian .....	9
1.7    Sistematika Penulisan .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1    Strategi Bersaing .....	12
2.1.1    Peran Strategi dan Keunggulan Bersaing .....	14
2.1.2    Tingkatan Strategi .....	15
2.1.3    Perumusan Strategi .....	16
2.2    Ekonomi Industri .....	20
2.2.1    Perspektif dalam Ekonomi Industri .....	21
2.3    Karakteristik Ekonomi Dominan Industri .....	23
2.4 <i>Five Forces Porter</i> .....	26
2.5    VRIO Analisis .....	30
2.6    Analisis SWOT .....	34
2.6.1    Indikator Analisis SWOT .....	34
2.6.2    SWOT Matrix .....	36
2.6.3    The Internal-External (IE) Matrix .....	39
2.7    Analytical Hierarchy Process .....	42
2.8    Kajian Peneliti Terdahulu .....	44



2.9	Kerangka Penelitian .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>47</b>
3.1	Desain Penelitian .....	47
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.2.1	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.3	Instrumen Penelitian .....	49
3.4	Metode Analisis Data.....	49
3.5	Profil Bank BRI .....	51
3.5.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	54
3.5.2	Struktur Organisasi .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>57</b>
4.1	Deskripsi Pengambilan Data.....	57
4.2	Tahapan untuk Menemukan Faktor yang Menyebabkan Kartu Kredit BRI Belum Mencapai Target .....	57
4.2.1	Analisis Lingkungan Eksternal .....	59
4.2.2	Analisis Lingkungan Internal.....	77
4.3	Analisis Faktor Hasil Temuan yang Menyebabkan Belum Tercapainya Target Pengguna Kartu Kredit Bank BRI.....	90
4.4	SWOT Analisis .....	91
4.4.1	Matriks Internal Eksternal .....	93
4.5	Strategi Meningkatkan New User Kartu Kredit Pada Bank BRI Kantor Wilayah Surabaya .....	95
4.5.1	Analisis Strategi dan Matriks SWOT .....	95
4.6	Analisis AHP.....	98
4.7	Pembahasan .....	101
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>107</b>
5.1	Kesimpulan .....	107
5.2	Implikasi .....	108
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	108
5.4	Saran .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>110</b>
<b>LAMPIRAN</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah kartu kredit yang beredar dari 4 bank besar di Indonesia.....	6
Tabel 1. 2 Jumlah pengguna baru dan rencana kerja anggaran (target) kartu kredit BRI.....	7
Tabel 2. 1 Nilai Matriks Perbandingan Berpasangan.....	43
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3. 1 Daftar Narasumber Wawancara.....	48
Tabel 4. 1 Koding Wawancara.....	58
Tabel 4. 2 Data penjualan kartu kredit dari beberapa Bank periode 2020-2022...	61
Tabel 4. 3 Daftar penerbit kartu kredit di Indonesia.....	62
Tabel 4. 4 Analisis Five Force Portes dalam industri kartu kredit.....	75
Tabel 4. 5 Faktor Eksternal:.....	90
Tabel 4. 6 Faktor Internal.....	91
Tabel 4. 7 Matrik Internal (IFAS) dan Matrik Eksternal (EFAS).....	93
Tabel 4. 8 Strategi Bersaing Matriks SWOT.....	96
Tabel 4. 9 Rumusan Strategi untuk Meningkatkan New User Kartu Kredit.....	99
Tabel 4. 10 Ranking prioritas strategi berdasarkan hasil AHP.....	100



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Internet di Indonesia .....	1
Gambar 1. 2 Sistem Pembayaran Tunai VS Non Tunai .....	3
Gambar 1. 3 Jumlah Kartu Kredit Baru Di Indonesia.....	4
Gambar 1. 4 Volume dan Transaksi Kartu Kredit di Indonesia .....	5
Gambar 2. 1 The Porter's Five Forces Model of Competition.....	26
Gambar 2. 2 Diagram Analisis SWOT.....	41
Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian .....	46
Gambar 4. 1 Matrik IFE EFE.....	95
Gambar 4. 2 Hasil Analisis AHP .....	100