



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak.....	xv
BAB I - PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1. Manfaat Manajerial	13
1.5.2. Manfaat Akademisi	13
1.6. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II – LANDASAN TEORI	16
2.1. Konsep Strategi	16
2.2. Konsep Strategi Persaingan.....	19



2.3	Strategi Generic Competitive	21
2.4.	Strategi Mendorong Pertumbuhan Pasar yang Kompetitif	23
2.4.1.	Mengkaji Peluang Untuk Bertumbuh	24
2.4.2.	Meningkatkan Posisi Pasar	25
2.4.3.	Strategi Penetrasi Pasar dan Meningkatkan Penjualan Kepada Konsumen yang Sudah Ada	28
2.4.4.	Strategi Pengembangan Pasar dan Mengembangkan Pasar yang Saat Ini Ada	29
2.4.5.	Strategi Pengembangan Produk Baru dan Menciptakan Pasar yang Baru	30
2.4.6.	Strategi Diversifikasi	34
2.4.7.	Strategi Peningkatan Penggunaan Produk Dengan Inovasi dan Imitasi	35
2.4.8.	Mempertahankan Posisi Pasar	36
2.5.	Kajian Penelitian Terdahulu	40
BAB III - METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN		49
3.1.	Pendekatan Penelitian	49
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	50
3.3.	Instrumen Penelitian	54
3.4.	Teknik Analisis Data	55
3.5.	Profil Perusahaan	57
3.5.1.	Sejarah Perusahaan	57
3.5.2.	Visi dan Misi Perusahaan	60



3.5.3. Tata Nilai Perusahaan.....	60
3.5.4. Aplikasi Tata Nilai Perusahaan yang Menjadi Budaya Perusahaan	61
3.5.5. Struktur Organisasi Perusahaan.....	62
3.5.6. Penghargaan dan Pengakuan Perusahaan.....	63
BAB IV - HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1. Persaingan Pasar dan Posisi Pemimpin Pasar	64
4.2. Deskripsi Data	66
4.2.1. Peluang Pertumbuhan Bisnis	67
4.2.2. Strategi Pertumbuhan Pasar dan/atau Produk.....	69
4.2.3. Strategi Penetrasi Pasar dan Strategi Meningkatkan Transaksi Pada Konsumen yang Sudah Ada	70
4.2.4. Strategi Pengembangan Pasar dan Strategi Menciptakan Pasar yang Baru	73
4.2.5. Strategi Pengembangan Produk dan Strategi Berkembang pada Pasar yang Saat Ini Ada	75
4.2.6. Strategi Diversifikasi	77
4.2.7. Strategi Pertumbuhan Pasar melalui Inovasi atau Imitasi	80
4.2.8. Strategi Mempertahankan Posisi Pasar	82
4.3. Ringkasan Data	85
4.3.1. Peluang Pertumbuhan Bisnis	85
4.3.2. Strategi Pertumbuhan Pasar dan/atau Produk.....	86



4.3.3. Strategi Penetrasi Pasar dan Strategi Meningkatkan Transaksi Pada Konsumen yang Sudah Ada	88
4.3.4. Strategi Pengembangan Pasar dan Strategi Menciptakan Pasar yang Baru	90
4.3.5. Strategi Pengembangan Produk dan Strategi Berkembang pada Pasar yang Saat Ini Ada	93
4.3.6. Strategi Diversifikasi	95
4.3.7. Strategi Pertumbuhan Pasar Melalui Inovasi atau Imitasi.....	96
4.3.8. Strategi Mempertahankan Posisi Pasar	98
4.4. Triangulasi Data	100
4.5. Pembahasan Secara Keseluruhan	108
4.5.1. Peluang Pertumbuhan Bisnis	109
4.5.2. Strategi Pertumbuhan Pasar dan/atau Produk.....	109
4.5.3. Strategi Penetrasi Pasar dan Strategi Meningkatkan Transaksi Pada Konsumen yang Sudah Ada	111
4.5.4. Strategi Pengembangan Pasar dan Strategi Menciptakan Pasar yang Baru	112
4.5.5. Strategi Pengembangan Produk dan Strategi Berkembang pada Pasar yang Saat Ini Ada	113
4.5.6. Strategi Diversifikasi	115
4.5.7. Strategi Pertumbuhan Pasar Melalui Inovasi atau Imitasi.....	116
4.5.8. Strategi Mempertahankan Posisi Pasar	118



BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1. Kesimpulan.....	120
5.2. Implikasi Manajerial	122
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	126
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	132



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Top 5 Bank Terbaik di Indonesia 2022 - 2024 Versi Forbes.....	4
Tabel 1. 2	Tabel Pangsa Pasar Kartu Kredit di Indonesia per 31 Desember 2023 Berdasarkan Jumlah Kartu Beredar	7
Tabel 1. 3	Tabel Pangsa Pasar Kartu Kredit di Indonesia per 31 Desember 2023 Berdasarkan Total Nilai Transaksi Selama 1 Tahun	7
Tabel 2. 1	Studi Literatur Terdahulu.....	40
Tabel 3. 1	Data Narasumber Wawancara	52
Tabel 3. 2	Daftar Pertanyaan Wawancara.....	54
Tabel 4. 1	Profil Narasumber Wawancara.....	67
Tabel 4. 2	Peluang Pertumbuhan Bisnis	86
Tabel 4. 3	Strategi Pertumbuhan Pasar dan/atau Produk.....	87
Tabel 4. 4	Strategi Penetrasi Pasar dan Strategi Meningkatkan Transaksi Pada Konsumen yang Sudah Ada.....	89
Tabel 4. 5	Strategi Pengembangan Pasar dan Strategi Menciptakan Pasar yang Baru.....	91
Tabel 4. 6	Strategi Pengembangan Pasar dan Strategi Menciptakan Pasar yang Baru – Menjaga Nilai Gagal Bayar Pada Poin yang Baik	92
Tabel 4. 7	Strategi Pengembangan Produk dan Strategi Berkembang pada Pasar yang Saat Ini Ada.....	94
Tabel 4. 8	Strategi Diversifikasi	95
Tabel 4. 9	Strategi Pertumbuhan Pasar Melalui Inovasi atau Imitasi	97
Tabel 4. 10	Strategi Mempertahankan Posisi Pasar.....	99



Tabel 4. 11 Wawancara Narasumber Triangulasi.....	101
---	-----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Perkembangan Posisi Jumlah Kartu Kredit Tahun 2019 hingga Tahun 2023	5
Gambar 1. 2 Grafik Perkembangan Jumlah Nilai Transaksi Kartu Kredit Tahun 2019-2023	6
Gambar 1. 3 Komposisi Penduduk Indonesia Tahun 2020	10
Gambar 2. 1 The Five Generic Competitive Strategies	23
Gambar 2. 2 Kerangka Pertumbuhan Pasar dari sisi Produk dan Pasar	27
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT. XYZ, Tbk.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Penghargaan dan Pengakuan Perusahaan Kategori Korporasi.....	132
Lampiran 2 - Transkrip Wawancara Narasumber Utama	134
Lampiran 3 - Wawancara dengan Sumber Triangulasi.....	181