

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
BAB I - PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1) Manfaat bagi praktisi	9
2) Manfaat bagi akademisi	9
1.6. Sistematika Penulisan	10
BAB II - LANDASAN TEORI	12
2.1. Konsep Strategi	12
2.2. Konsep Strategi Persaingan	13
2.3. Strategi <i>Generic Competitive</i>	15
2.4. Strategi Mendorong Pertumbuhan Pasar yang Kompetitif	18
2.4.1. Peluang Untuk Bertumbuh	18
2.4.2. Meningkatkan Posisi Pasar	19
2.4.3. Strategi Penetrasi Pasar	22

2.4.4. Strategi Pengembangan Pasar	23
2.4.5. Strategi Pengembangan Produk.....	24
2.4.6. Strategi Diversifikasi	28
2.4.7. Strategi Peningkatan Penggunaan Produk Dengan Inovasi dan Imitasi	29
2.4.8. Mempertahankan Posisi Pasar	31
2.5. Perbankan	35
2.5.1. Dana Pihak Ketiga (DPK) Perbankan	35
2.5.2. Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti (KBMI).....	36
2.6. Kajian Penelitian Terdahulu.....	37
BAB III - METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN	42
3.1. Desain Penelitian	42
3.2. Metode Pengumpulan Data	43
3.3. Instrumen Penelitian.....	45
3.4. Teknik Analisis Data.....	47
3.5. Profil Perusahaan	48
3.5.1. Sejarah Perusahaan.....	48
3.5.2. Visi dan Misi Perusahaan	50
3.5.3. Tata Nilai Perusahaan.....	50
3.5.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	52
BAB IV - HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Persaingan Pasar dan Posisi Pemimpin Pasar Bank XYZ.....	53
4.2 Deskripsi Data	54
4.2.1 Peluang Pertumbuhan Bisnis Penghimpunan Dana	55
4.2.2 Strategi Pertumbuhan Pasar dan/atau Produk	59
4.2.3 Strategi Penetrasi Pasar	61
4.2.4 Strategi Pengembangan Pasar	64
4.2.5 Strategi Pengembangan Produk	67

4.2.6 Strategi Diversifikasi.....	69
4.2.7 Strategi Pertumbuhan Pasar melalui Inovasi atau Imitasi	71
4.2.8 Strategi Mempertahankan Posisi Pasar	72
4.3 Ringkasan Data.....	73
4.3.1 Peluang Pertumbuhan Bisnis.....	73
4.3.2 Strategi Pertumbuhan Pasar dan/atau Produk Dalam Penghimpunan Dana.....	75
4.3.3. Strategi Penetrasi Pasar Pada Nasabah Yang Ada	76
4.3.4. Strategi Pengembangan Pasar Dalam Penghimpunan Dana	77
4.3.5. Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana.....	78
4.3.6. Strategi Diversifikasi	80
4.3.7. Strategi Pertumbuhan Pasar Melalui Inovasi atau Imitasi.....	81
4.3.8. Strategi Mempertahankan Posisi Pasar	83
4.4. Triangulasi Data	84
4.5. Pembahasan Keseluruhan.....	90
4.5.1. Peluang Pertumbuhan Bisnis.....	91
4.5.2. Strategi Pertumbuhan Pasar dan/atau Produk.....	91
4.5.3. Strategi Penetrasi Pasar	92
4.5.4. Strategi Pengembangan Pasar	93
4.5.5. Strategi Pengembangan Produk.....	94
4.5.6. Strategi Diversifikasi	95
4.5.7. Strategi Mempertahankan Posisi Pasar	96
4.6. Implikasi Strategi Berdasarkan Produk.....	97
4.6.1 Produk Giro	97
4.6.2 Produk Tabungan	97
4.6.3 Produk Deposito	98
4.7. Implikasi Strategi Berdasarkan Pasar.....	98
4.7.1 Wilayah Rural	98

4.7.2 Wilayah Urban	99
BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Implikasi Manajerial	103
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Penghimpunan Dana Bank KBMI 4 tahun 2020 – Juni 2025	3
Tabel 1. 2	Pangsa Pasar Penghimpunan Dana Bank KBMI 4 Tahun 2020 - Juni 2025	4
Tabel 1. 3	Peringkat Merek Paling Bernilai Berdasarkan Penilaian Brand Finance Tahun 2025.....	5
Tabel 3. 1	Data Narasumber Wawancara	44
Tabel 3. 2	Daftar Pertanyaan Wawancara.....	46
Tabel 4. 1	Profil Narasumber Wawancara	55
Tabel 4. 2	Peluang Pertumbuhan Bisnis	74
Tabel 4. 3	Strategi Pertumbuhan Pasar/Produk Dalam Penghimpunan Dana ..	75
Tabel 4. 4	Strategi Penetrasi Pada Nasabah Yang Ada Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana	77
Tabel 4. 5	Strategi Pengembangan Pasar Dalam Penghimpunan Dana.....	78
Tabel 4. 6	Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana	79
Tabel 4. 7	Strategi Diversifikasi Dalam Meningkatkan Penghimpunan Dana .	80
Tabel 4. 8	Strategi Pertumbuhan Pasar Melalui Inovasi atau Imitasi	82
Tabel 4. 9	Strategi Mempertahankan Posisi Pasar	83
Tabel 4. 10	Hasil Wawancara Triangulasi Nasabah	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Bank di Indonesia dari Tahun 2021 hingga Juni 2025	2
Gambar 1. 2 Jumlah Uang yang Beredar Luas	3
Gambar 1. 3 Komposisi Penduduk Berdasarkan Usia Posisi Mei 2025	7
Gambar 2. 1 The Five Generic Competitive Strategies	17
Gambar 2. 2 Kerangka Pertumbuhan Pasar dari sisi Produk dan Pasar Menurut Ansoff	21
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT. Bank XYZ (Persero, Tbk)	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Transkrip Wawancara dengan Narasumber Utama.....	10910
Lampiran 2 - Wawancara dengan Sumber Triangulasi.....	169