

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL.....	6
DAFTAR GAMBAR.....	7
DAFTAR LAMPIRAN.....	8
INTISARI.....	9
ABSTRACT.....	10
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6. Lingkup Penelitian.....	11
1.7. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1. Landasan Teori.....	13
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu.....	14

2.3. Manajemen Strategis (<i>Strategic Management</i>)	15
2.3.1. Definisi.....	15
2.3.2. Tahapan Manajemen Strategi.....	16
2.3.3. Tingkatan Manajemen Strategis.....	17
2.4. Strategi.....	20
2.4.1. Definisi Strategi.....	20
2.5. Strategi Bersaing.....	22
2.6. <i>Driving Forces</i>	27
2.7. Pemetaan Kelompok Strategis (<i>Strategic Group Mapping</i>).....	29
2.8. <i>Key Success Factors</i>	32
2.9. Analisis Lingkungan Eksternal.....	34
2.9.1. Intensitas Persaingan Perusahaan dalam Industri (<i>Threat Of Intense Segment Rivalry</i>)	36
2.9.2. Masuknya Pendatang Baru yang Potensial (<i>Threat of New Entrants</i>)	37
2.9.3. Adanya Barang Substitusi (<i>Threat of Substitute Products</i>).....	39
2.9.4. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (<i>Threat Of Buyer's Growing Bargaining Power</i>)	40
2.9.5. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (<i>Threat Of Supplier's Growing Bargaining Power</i>)	41
2.10. Analisis Lingkungan Internal.....	42
2.11. Misi dan Tujuan Utama.....	43
2.12. <i>Gap Analysis</i>	44
2.13. Formulasi Strategi.....	47
2.14. Alternatif Strategi.....	49

2.15. Evaluasi Strategi.....	50
2.16. Keputusan Strategi.....	51
BAB III METODA PENELITIAN.....	54
3.1. Desain Penelitian	54
3.2. Metoda Pengumpulan Data	54
3.3. Instrumen Penelitian.....	55
3.4. Metode Analisis Data.....	56
3.4.1. Profil Perusahaan	58
3.4.2. Analisis Eksternal.....	58
3.4.3. Analisis Internal	60
3.4.4. Analisis Fungsional.....	61
3.4.5. Analisis Strategi	61
3.5. Profil Perusahaan	62
3.5.1. Sejarah Singkat Perusahaan	62
3.5.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	63
3.5.3. Keunggulan PT. Bank OCBC NISP, Tbk.	64
3.5.4. Struktur Organisasi PT. Bank OCBC NISP, Tbk.	66
3.5.5. Strategi PT. Bank OCBC NISP, Tbk.	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1. Analisis Lingkungan Internal.....	67
4.2. Analisis Lingkungan Eksternal	69
4.2.1. <i>Five Forces Model</i>	69
4.2.2. Masuknya Pendaftar baru yang potensial (<i>threat of new entrants</i>)	73
4.2.3. Adanya barang substitusi (<i>threat of substitute products</i>)	76

4.2.4. Kekuatan tawar menawar pembeli (threat of buyer's growing bargaining power)	77
4.2.5. Kekuatan tawar menawar pemasok (threat of supplier's growing bargaining power)	79
4.3. Analisis Driving Forces	81
4.3.1. Pertumbuhan Internet dan Aplikasinya	81
4.3.2. Meningkatkan Globalisasi Dalam Industri	82
4.3.3. Perubahan Dalam Pertumbuhan Jangka Panjang Industri	83
4.3.4. Inovasi Produk	83
4.3.5. Inovasi Pemasaran	84
4.3.6. Kebijakan Pemerintah	84
4.4. Analysis Key Success Factors	85
4.4.1. Kemajuan Teknologi (<i>Technology Related</i>)	85
4.4.2. Kepemilikan Beroperasi Dengan Efisien (<i>Manufacturing Related</i>) ..	86
4.4.3. Kepemilikan Saluran Distribusi yang Luas (<i>Distribution Related</i>)	86
4.4.4. Pemasaran yang Aktif dan kreatif (<i>marketing related</i>)	87
4.5. Analisa Pemetaan Kelompok Strategik (<i>strategic group mapping analysis</i>)	88
4.5.1. Akses	88
4.5.2. Layanan	89
4.6. Analisis Lingkungan Internal	97
4.6.1. Analisis Visi Dan Misi PT. Bank OCBC NISP, Tbk.	97
4.7. Analisis Strategi PT. Bank OCBC NISP, Tbk.	98
4.8. Analisis Kekuatan Dan Kelemahan PT. Bank OCBC NISP, Tbk.	102

4.8. Analisa Bidang Fungsional	104
4.7.1. CAR (<i>capital adequacy ratio</i>) atau Rasio Kecukupan Modal	105
4.7.2. LDR (loan to deposit ratio)	105
4.7.3. NPL (non performing loan).....	106
4.9. <i>Gap Analysis</i>	106
4.10. Pemilihan Alternatif Strategi.....	108
4.11. Evaluasi Usulan Strategi PT. Bank OCBC NISP, Tbk.	110
BAB V SIMPULAN	113
5.1. Simpulan	113
5.2. Implikasi Manajerial	114
5.3. Keterbatasan.....	117
5.4. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Suku Bunga Dasar Kredit.....	6
Tabel 2.1. Kajian Peneliti Terdahulu	14
Tabel 2.2. Keunggulan dan Kelemahan Strategi Overall Cost Leadership.....	24
Tabel 2.3. Keunggulan dan Kelemahan Strategi Differentiation.....	26
Tabel 2.4. Keunggulan dan Kelemahan Strategi Fokus.....	27
Tabel 2.5. Driving Forces Yang Ditimbulkan Beserta Implikasi Dalam Strategis28	
Tabel 4.1. Hasil Kuesioner Kekuatan Pesaing PT Bank OCBC NISP, Tbk.....	72
Tabel 4.2. Hasil Kuesioner Kekuatan Pendatang Baru PT Bank OCBC NISP, Tbk.	75
Tabel 4.3. Hasil Kuesioner Kekuatan Produk Substitusi PT Bank OCBC NISP, Tbk.	77
Tabel 4.4. Hasil Kuesioner Kekuatan Tawar Menawar Pembeli PT Bank OCBC NISP, Tbk.....	78
Tabel 4.5. Hasil Kuesioner Kekuatan Pemasok PT Bank OCBC NISP, Tbk.....	80
Tabel 4.6. Hasil Kuesioner Driving Forces PT Bank OCBC NISP, Tbk.....	85
Tabel 4.7. Hasil Kuesioner Key Success Factor PT Bank OCBC NISP, Tbk.	87
Tabel 4.8. Hasil Kuesioner Group Mapping PT Bank OCBC NISP, Tbk.	96
Tabel 4.9. Rasio keuangan PT. Bank OCBC NISP, Tbk.	104
Tabel 4.9. Gap Analisis PT. Bank OCBC NISP, Tbk.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Porsi Kredit UMKM.....	2
Gambar 1.2. Kredit UMKM Menurut Sektor Ekonomi.....	3
Gambar 1.3. Daftar Bank dengan Kapitalisasi Terbesar.....	4
Gambar 1.4. Daftar Suku Bunga Kredit.....	6
Gambar 2.1. Lima Langkah Manajemen Strategi	17
Gambar 2.2. Tingkatan Manajemen Strategis.....	19
Gambar 2.3. Strategi Aktual Perusahaan	21
Gambar 2.4. Tiga Strategi Generik Porter	23
Gambar 2.5. Kelompok Strategis Dalam Industri.....	30
Gambar 2.6. Lima Kekuatan Bersaing (Porter's Five Forces)	36
Gambar 2.7. Pengukuran Kinerja Pada Gap Analysis	46
Gambar 3.1. Kerangka Analisis Penelitian	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2. Tabel Hasil Wawancara.....	126
Lampiran 3. Financial Highlights PT. Bank OCBC NISP Tbk.....	129