



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Keaslian Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Pembatasan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Karakteristik pemasaran jasa bank.....	11
2.1.2 Konsep value chain.....	13
a. Pengertian value chain.....	13
b. Aktivitas-aktivitas dalam <i>value chain</i>	15
c. Hubungan antar aktivitas dalam rantai nilai (<i>value chain</i>)	17
d. <i>Analisis aktivitas value added dan nonvalue added</i>	19
2.1.3 Konsep dasar dan hirarki strategi.....	22
2.1.4 Prosedur perumusan strategi.....	23
2.2 Kerangka Analisis Penelitian.....	29



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian.....	31
3.2 Metode pengambilan sampel.....	31
3.3 Teknik pengumpulan data.....	31
3.4 Jenis Data.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Kredit Ritel di Wilayah Kerja Kantor Cabang BRI Bontang..	40
4.2 Identifikasi Value Chain Pemasaran Kredit Ritel di BRI Bontang.....	42
4.2.1 Aktivitas Primer	42
4.2.2 Aktivitas Pendukung.....	44
4.3 Perumusan Strategi Pemasaran Kredit Ritel.....	48
4.3.1 <i>SWOT analysis</i>	50
a. Kekuatan.....	50
b. Kelemahan	51
c. Peluang.....	51
b. Ancaman.....	52
4.3.2 Pencocokan Evaluasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal.	55
4.3.3 Keputusan Pemilihan Strategi.....	58
4.3.4 Pelaksanaan Strategi.....	62
1. Untuk perusahaan-perusahaan besar.....	64
2. Untuk Pemerintah Daerah.....	66
3. Perusahaan besar.....	67
4. Untuk Pemda.....	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran-saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Market Share Simpan dan Kredit- Kroya Bontang Kutai Timur.....	4
2. Tabel 1.2 Perumusan Strategi Analisis QSPM.....	5
3. Tabel 4.1 Perubahan dalam Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>) pada kantor cabang BRI Bontang.....	48
4. Tabel 4.2 Skor Evaluasi Faktor Internal.....	53
5. Tabel 4.3 Skor Evaluasi Faktor Eksternal.....	54
6. Tabel 4.4 Perhitungan QSPM Untuk memilih strategi Penetrasi Pasar	
7. Kredit Retail berbasis nasabah.....	60



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Strategi meningkatkan market share kredit ritel Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia (BRI) Bontang
PRAMUHARDJO, Yudi, Amin Wibowo, Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Rantai Nilai Dasar.....	15
2. Gambar 2.2 Matrik Faktor Internal- Eksternal.....	25
3. Gambar 2.3 Ansoff's Pravet –market Ekspantion Grid.....	26
4. Gambar 2.4 Kerangka Anajisis.....	30
5. Gambar 4.1 Aktivitas Rantai Nilai.....	47
6. Gambar 4.2 Matrik Internal-Eksternal Kanca BRI Bontang.....	56