

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
Intisari .....	xii
Abstract .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 . Latar Belakang.....	1
1.2 . Kondisi Kartu Kredit BNI Sekarang .....	2
1.3 . Market Share Kartu Kredit di Indonesia .....	4
1.4 . Potensi Pasar Kartu Kredit .....	5
1.5 . Segmentasi pasar kartu kredit .....	6
1.6 Potensi Profit Kartu Kredit .....	7
1.7 Tantangan target 1,9 juta Kartu Kredit ..	8
1.8 Perumusan Masalah .....	9
1.9 Keaslian Penelitian .....	10
1.10 Manfaat Penelitian .....	10
1.11 Tujuan Penelitian .....	11
1.12 Metode Penelitian .....	11
1.12.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	11
1.12.2 Tipe penelitian .....	12
1.12.3 Metode Pengumpulan data .....	12
1.12.3.1 Riset kepustakaan .....	12
1.12.3.2 Riset lapangan .....	12
1.12.4 Pengolahan Data .....	13
1.12.4.1 Data primer .....	13
1.12.4.2 Data sekunder .....	13
1.12.5 Metode Analisis Data .....	13
1.12.6 Diagram Alur Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1. Landasan Teori .....	15
2.1.1. Analisis PEST .....	17
2.1.2. Five Forces Model (Model Lima Kekuatan) .....	18



2.1.3.	Driving Forces .....	21
2.1.4.	Competitive Move Analysis .....	22
2.1.5.	Key Succes Factor (KSF) Industri .....	24
2.1.6.	Analisis SWOT .....	25
2.2.	PROFIL BNI .....	26
2.2.1.	Sekilas Bank BNI .....	26
2.2.2.	Sekilas BNI Card Center .....	27
2.2.3.	Visi, Misi, Value dan Kebijakan Mutu BNI Card Center .....	28
2.2.4.	Produk Kartu Kredit BNI .....	29
2.2.5.	Fitur Kartu Kredit BNI .....	33
<b>BAB III ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL .....</b>		<b>40</b>
3.1.	Analisa PEST (Political, Economic, Social, Technology) .....	41
3.1.1.	Analisis Politik .....	41
3.1.2.	Analisis Kondisi Ekonomi .....	43
3.1.3.	Analisis Faktor Demografi dan Sosial .....	48
3.1.4.	Analisis Teknologi .....	50
3.2.	Analisis Lingkungan Industri .....	53
3.3.	Driving Forces .....	54
3.3.1.	Inovasi produk .....	54
3.3.2.	Inovasi dalam pemasaran .....	55
3.3.3.	Perubahan pada pembeli dan bagaimana cara mereka menggunakan barang .....	55
3.3.4.	Perubahan pada sikap, attitude dan gaya hidup .....	56
3.3.5.	Perubahan tingkat pertumbuhan industri dalam jangka panjang .....	56
3.3.6.	Jumlah Penduduk .....	57
3.3.7.	Meningkatnya globalisasi dalam industri .....	57
3.3.8.	Perubahan pada biaya dan efisiensi .....	58
3.3.9.	Perubahan peraturan dan kebijakan pemerintah .....	59
3.3.10.	Perubahan teknologi dan inovasi proses manufaktur .....	59
3.4.	Five Forces Model Bisnis kartu kredit .....	61
3.4.1.	Ancaman Pendatang Baru (threat of new entrance) ..	61
a.	Brand Awareness .....	62
b.	Economies of scale .....	63
c.	Product Differentiation .....	64
d.	Switching Costs .....	65
e.	Capital requirements .....	66
f.	Access to distribution channels .....	66
g.	Government policy .....	66
3.4.2.	Kekuatan Tawar menawar Pemasok (bargaining power of suppliers) .....	67
3.4.3.	Kekuatan Tawar menawar Pembeli (bargaining power of buyers) .....	69



3.4.4.	Ancaman Produk/Jasa Substitusi (threat of substitute products/ services) .....	71
a.	Kartu Debit .....	71
b.	Kartu Tanpa Agunan (KTA) .....	72
c.	Kartu Kas Prabayar (prepaid cash card) atau e-money .....	72
d.	Charge Card .....	73
3.4.5.	Intensitas persaingan .....	74
a.	Jumlah pesaing .....	74
b.	Kemiripan strategi pemasaran .....	75
c.	Persaingan harga .....	75
d.	Kepuasan Pelanggan .....	77
e.	Exit to barrier .....	78
3.5.	Analisis Segmen Premium Industri Kartu Kredit .....	79
3.6.	Industri Key Success Factor (KSF) .....	84
3.6.1.	Corporate Image dan Brand Awareness .....	84
3.6.2.	Produk berkualitas .....	85
3.6.3.	Teknologi yang unggul .....	86
3.6.4.	Manufacturing-related .....	87
3.6.5.	Distribution-related .....	88
3.6.6.	Marketing-related .....	89
3.6.7.	Skills related .....	90
3.6.8.	Organizational capability dan Komitmen dari seluruh manajemen perusahaan .....	91
3.7.	Competitive Move Analysis .....	92
3.7.1.	Citibank .....	93
3.7.2.	BCA .....	96
3.7.3.	MANDIRI .....	100
<b>BAB IV ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL .....</b>		<b>105</b>
4.1.	Faktor Manajerial .....	107
4.2.	Faktor kemampuan bersaing perusahaan .....	108
4.3.	Keuangan (Financial Factor) .....	110
4.4.	Faktor Teknis .....	112
4.5.	Analisis SWOT .....	115
4.5.1.	Strengths .....	116
4.5.2.	Weaknesses .....	118
a.	Loyalty program .....	118
b.	Proses kartu kredit BNI lemah .....	122
c.	Limit kredit yang rendah .....	120
d.	Pelayanan Call Center .....	121
e.	Kelemahan Kartu Premium .....	122
4.5.3.	Opportunities .....	126
4.5.4.	Threats .....	128



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Strategi bisnis BNI card center untuk mencapai 1,9 juta kartu kredit**

WIJAYA, Andi, Harsono, Dr., M.Sc

Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

<b>BAB V REFORMULASI STRATEGI .....</b>	<b>132</b>
5.1. Alternatif Strategi .....	132
5.2. Road Map Kartu Kredit BNI .....	135
5.3. Grand Strategi Kartu Kredit BNI .....	136
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>139</b>
6.1. Kesimpulan .....	139
6.2. Saran .....	140
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>142</b>