



DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-----------|
| Lembaran Judul..... | i |
| Lembaran Pengesahan..... | ii |
| Lembaran Pernyataan | iii |
| Kata Pengantar..... | iv |
| Daftar Isi..... | vi |
| Daftar Gambar..... | ix |
| Daftar Tabel..... | x |
| Daftar Lampiran..... | xi |
| Intisari..... | xii |
| Abstract..... | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 6 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Permasalahan..... | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 9 |
| 1.6 Metodologi Penelitian..... | 9 |
| 1.6 Sistematika Penulisan..... | 10 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 12 |
| 2.1 Pengertian dan Definisi UKM..... | 14 |
| 2.2 Peranan UKM di Indonesia..... | 16 |
| 2.3 Strategi dan Kebijakan Pengembangan UKM..... | 16 |
| 2.3.1 Kebijakan Bidang Perbankan..... | 16 |
| 2.3.2 Penyaluran Kredit Usaha Kecil oleh Perbankan..... | 19 |

| | |
|--|----------------------------|
| 2.4 Model Analisa..... | 21 |
| 2.4.1 Analisa Situasi (Envinromental Scanning)..... | 22 |
| 2.4.2 Boston Consulting Group (BCG) Matrix..... | 23 |
| 2.5 Konsep Pemasaran..... | 25 |
| 2.6 Program Pemasaran..... | 28 |
| 2.7 Implementasi Program Bauran Pemasaran Dengan Konsep 6 P..... | 31 |
| 2.8 Manajemen Perkreditan Bank..... | 33 |
| 2.8.1 Pengertian Manajemen Perkreditan..... | 33 |
| 2.8.2 Pengertian Kredit dan Pembiayaan..... | 34 |
| 2.9 Konsep Organisasi Penyaluran Kredit..... | 34 |
| 2.10 Perencanaan Strategis..... | 36 |
| | |
| BAB III | TINJAUAN PERUSAHAAN |
| 3.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 43 |
| 3.2 Visi dan Misi..... | 45 |
| 3.2.1 Visi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk..... | 45 |
| 3.2.2 Misi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk..... | 45 |
| 3.3 Strategi Pengembangan Bisnis UKM di SKC..... | 46 |
| 3.3.1 Strategi Umum PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk..... | 46 |
| 3.4 Peta Navigasi PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk.. | 48 |
| 3.5 Pembentukan Sentra Kredit Kecil (SKC)..... | 49 |
| 3.6 Struktur Organisasi..... | 50 |
| | |
| BAB IV | ANALISIS MASALAH |
| 4.1 Pangsa Pasar Kredit UKM SKC BNI Cawang Terhadap Perbankan Nasional..... | 52 |



| | |
|--|-----------------------------|
| 4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspansi Kredit | |
| Segmen Ritel di SKC..... | 53 |
| 4.2.1 Analisis Situasi dan SWOT..... | 54 |
| 4.3 Strategi Pengembangan Bisnis UKM di SKC..... | 60 |
| 4.3.1 Strategi Umum PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk..... | 61 |
| 4.3.2 Strategi Pengembangan Kredit Segmen Ritel Melalui Pemberdayaan SKC dan 4 P..... | 62 |
| 4.4 Analisis Matriks Bostoin Consulting Group (Matrik BCG) | 64 |
| 4.5 Penyempurnaan Organisasi Divisi Usaha Kecil & SKC..... | 66 |
| | |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN |
| 5.1 Kesimpulan | 70 |
| 5.2 Saran..... | 72 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 73 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |