

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	2
1.2 RUMUSAN MASALAH	5
1.3 BATASAN PENELITIAN	6
1.4 TUJUAN PENELITIAN	6
1.5 MANFAAT PENELITIAN	7
1.6 METODE PENELITIAN	7
1.6.1 <i>Desain Penelitian</i>	7
1.6.2 <i>Sumber Data</i>	8
1.6.3 <i>Metode Pengumpulan Data</i>	8
1.6.4 <i>Metode Analisis Data</i>	9
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 STRATEGI.....	13
2.1.1 <i>Definisi Strategi</i>	13
2.1.2 <i>Manajemen Strategi</i>	14
2.1.3 <i>Tingkatan Strategi</i>	17
2.1.4 <i>Evaluasi Strategi</i>	19
2.1.5 <i>Formulasi Strategi</i>	20
2.1.5.1 <i>Visi</i>	20
2.1.5.2 <i>Misi</i>	21
2.1.5.3 <i>Tujuan</i>	22
2.1.5.4 <i>Pemilihan Strategi</i>	22
2.1.6 <i>Analisis Eksternal</i>	24
2.1.7 <i>Analisis Internal</i>	26
2.1.8 <i>Strategi Bersaing</i>	28
2.2 ANALISIS SWOT	29
2.3 KEY SUCCESS FACTOR.....	31



BAB III PROFIL PERUSAHAAN	33
3.1 SEJARAH PERUSAHAAN.....	33
3.2 VISI DAN MISI PERUSAHAAN	34
3.3 BUDAYA PERUSAHAAN.....	35
3.4 STRUKTUR ORGANISASI	36
3.5 DIVISI BISNIS KARTU.....	39
3.6 TELESALAS BNI CARD CENTER	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 ANALISIS STRATEGI.....	46
4.1.1 <i>Analisis Lingkungan Eksternal</i>	50
4.1.1.1 <i>Demografi</i>	50
4.1.1.2 <i>Ekonomi</i>	53
4.1.1.3 <i>Politik</i>	56
4.1.1.4 <i>Teknologi</i>	56
4.1.2 <i>Analisis Lingkungan Industri</i>	58
4.1.2.1 <i>Five Forces Model</i>	60
4.1.2.1.1 <i>Kekuatan Tawar Menawar Pemasok</i>	60
4.1.2.1.2 <i>Kekuatan Tawar Menawar Pembeli</i>	63
4.1.2.1.3 <i>Ancaman Pendatang Baru</i>	64
4.1.2.1.4 <i>Ancaman Produk/Jasa Substitusi</i>	68
4.1.2.1.5 <i>Intensitas Persaingan</i>	71
4.1.3 <i>Analisis Lingkungan Internal</i>	73
4.1.3.1 <i>Aspek Pemasaran</i>	73
4.1.3.2 <i>Aspek Sumber Daya Manusia</i>	81
4.1.3.3 <i>Aspek Keuangan</i>	82
4.1.3.4 <i>Aspek Riset dan Pengembangan</i>	84
4.1.3.5 <i>Kompetensi Inti</i>	85
4.2 ANALISIS SWOTi	86
4.2.1 <i>Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan</i>	86
4.2.1.1 <i>Kekuatan Perusahaan</i>	86
4.2.1.2 <i>Kelemahan Perusahaan</i>	92
4.2.2 <i>Peluang dan Ancaman Perusahaan</i>	93
4.2.2.1 <i>Peluang Perusahaan</i>	93
4.2.2.2 <i>Ancaman Perusahaan</i>	94
4.2.3 <i>Matrix TOWS</i>	101
4.3 FAKTOR KUNCI SUKSES (<i>KEY SUCCESS FACTOR</i>)	103
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	106
5.1 KESIMPULAN.....	106
5.1.1 <i>Efektivitas Strategi BNI Card Center Melalui Channel Telesales</i> ...	106
5.1.2 <i>Kekuatan dan Kelemahan serta Peluang dan Ancaman yang dihadapi oleh BNI Card Center melalui Channel Telesales</i>	107
5.1.3 <i>Faktor Kunci Sukses</i>	110
5.2 REKOMENDASI.....	111

<i>5.2.1. Rekomendasi kepada manajemen BNI.....</i>	<i>111</i>
<i>5.2.2 Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.....</i>	<i>112</i>

DAFTAR PUSTAKA.....	113
----------------------------	------------