

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah.....	6
1.3.Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4.Tujuan Penelitian.....	10
1.5.Manfaat Penelitian.....	10
1.6.Lingkup Penelitian.....	11
1.7.Sistematika Penelitian.....	13

BAB II LANDASAN TEORI.....	15
2.1.Strategi Pertumbuhan.....	15
2.1.1. Penetrasi Pasar.....	17
2.1.2. Pengembangan Pasar.....	18
2.1.3. Pengembangan Produk.....	18
2.1.4. Diversifikasi.....	18
2.2.Analisis Internal dan Eksternal.....	19
2.2.1. Lingkungan Eksternal.....	19
2.2.2. Lingkungan Internal.....	25
2.3.Strategi <i>Positioning</i>	29
2.3.1. Definisi <i>Positioning</i>	29
2.3.2. Jenis-jenis <i>Positioning</i>	30
2.3.3. Langkah-langkah <i>Positioning</i>	31
2.3.4. Kesalahan <i>Positioning</i>	32
2.4.Pengembangan Produk.....	33
2.4.1. Pengertian Pengembangan Produk.....	33
2.4.2. Tujuan dan Jenis Pengembangan Produk.....	34
2.4.3. Tahap-tahap Pengembangan Produk.....	35
2.4.4. Faktor-faktor untuk Melakukan Pengembangan Produk...38	
2.4.5. Strategi Pengembangan Produk.....	39
2.5.Digital <i>Disruption</i>	40
2.6.Kajian Penelitian Terdahulu.....	48
2.7.Kerangka Penelitian.....	50

BAB III METODE PENELITIAN.....	51
3.1.Desain Penelitian.....	51
3.2.Metode Pengumpulan Data.....	53
3.3.Instrumen Penelitian.....	55
3.4.Metode Analisis Data.....	55
3.4.1. <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	56
3.4.2. <i>CompetitiveProfile Matrix</i> (CPM).....	60
3.4.3. <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	63
3.5.Profil Kasus.....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1.Deskripsi Data.....	68
4.1.1. Data Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	68
4.1.2. Data Lingkungan Internal Perusahaan.....	82
4.2.Pembahasan.....	89
4.2.1. Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal Perusahaan...89	
4.2.2. Analisis Posisi Perusahaan Terhadap Pesaing.....	106
4.2.3. Analisis Pengambilan Keputusan Alternatif Strategi.....	107
BAB V SIMPULAN.....	111
5.1.Simpulan.....	111
5.2.Implikasi.....	114
5.3.Keterbatasan.....	115

5.4.Saran.....	116
Daftar Pustaka.....	xv
Lampiran.....	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks Ekspansi Produk dan Pasar.....	17
Tabel 2.2	Perusahaan <i>Fintech Lending</i> Terdaftar pada OJK.....	44
Tabel 2.3	Perusahaan Penyelenggara Uang Elektronik.....	45
Tabel 3.1	Instrumen Penelitian Berdasarkan Metode Penelitian Data.....	55
Tabel 3.2	Matriks QSPM.....	65
Tabel 4.1	BI Rate.....	71
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk Indonesia hingga Tahun 2035.....	74
Tabel 4.3	Volume dan Nominal Transaksi Kartu dan Uang Elektronik.....	76
Tabel 4.4	Kinerja PT Bank XYZ Indonesia Tahun 2018.....	84
Tabel 4.5	Jumlah Nasabah PT Bank XYZ Indonesia Tahun 2018.....	85
Tabel 4.6	Faktor Kekuatan PT Bank XYZ Indonesia.....	89
Tabel 4.7	Faktor Kelemahan PT Bank XYZ Indonesia.....	94
Tabel 4.8	Faktor Peluang PT Bank XYZ Indonesia.....	97
Tabel 4.9	Faktor Ancaman PT Bank XYZ Indonesia.....	100
Tabel 4.10	Hasil Perhitungan Faktor-faktor Internal (Matriks IFE).....	102
Tabel 4.11	Hasil Perhitungan Faktor-faktor Eksternal (Matriks EFE).....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Komponen Lingkungan Makro Perusahaan.....	20
Gambar 2.2	<i>Framework Porter's Five Forces</i>	21
Gambar 2.3	Pertumbuhan Perusahaan <i>Fintech</i> di Indonesia.....	42
Gambar 2.4`	<i>Market Size Fintech</i> di Indonesia.....	43
Gambar 3.1	Desain Penelitian.....	52
Gambar 3.2	Matriks Internal-Eksternal (IE).....	60
Gambar 4.1	Struktur Kepemilikan Saham PT Bank XYZ Indonesia.....	95
Gambar 4.2	Hasil Perhitungan Matriks Internal-Eksternal (IE).....	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Faktor Internal dan Eksternal XYZ (IFE dan EFE).....	xx
Lampiran 2.	Kuesioner <i>Competitive Profile Matrix</i> (CPM) ABC.....	xxv
Lampiran 3.	Kuesioner <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) ABC.....	xxx
Lampiran 4.	Deskripsi Data Penelitian.....	xxxix
Lampiran 5.	Posisi <i>Mobile Banking</i> ABC dari Pesaingnya.....	xliv
Lampiran 6.	Hasil Perhitungan Matriks QSPM.....	xlvi