

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
Bab I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
Bab II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pengertian Strategi.....	8
2.2 Pengertian Manajemen Strategik	9
2.3 Tahapan Manajemen Strategik	11
2.4 Tingkatan Strategi.....	13
2.5 Strategi <i>Diamond</i> -Hambrick dan Fredrickson (2001)	15

2.5.1 Arena	16
2.5.2 <i>Vehicle</i>	18
2.5.3 Pembeda/ <i>Differentiators</i>	19
2.5.4 Tahapan	21
2.5.5 Logika Ekonomi	22
2.5.6 Keharusan Kelengkapan dari Strategi.....	24
2.6 Analisis Lingkungan Eksternal.....	27
2.6.1 Analisis Lingkungan Industri	27
2.6.2 Struktur Pasar	28
2.6.3 Analisis PEST.....	29
2.6.4 Model Lima Kekuatan Porter	30
2.6.5 <i>Strategic Group Map</i>	30
2.7 Analisis Lingkungan Internal	33
2.8 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	34
Bab III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis dan Objek Penelitian	36
3.1.1 Sejarah Singkat Bank XYZ	36
3.1.2 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan	37
3.1.3 Kinerja Perusahaan	40
3.1.4 Struktur Perusahaan	44
3.1.5 Gambaran Operasional Pemasaran Kartu Kredit XYZ	47
3.2 Metode Penelitian dan Pengumpulan Data	48
3.3 Rerangka Penelitian	49

3.4 Metode Analisis Data.....	52
3.4.1 Analisis Lingkungan Eksternal.....	52
3.4.2 Analisis Lingkungan Internal	56
3.5 Keterbatasan Penelitian.....	57
Bab IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Analisis Lingkungan Eksternal.....	58
4.1.1 Analisis Lingkungan Industri Kartu Kredit	58
4.1.2 Analisis PEST	61
4.1.3 Model Lima Kekuatan Porter	78
4.1.4 <i>Strategic Group Map</i>	86
4.2 Identifikasi Faktor Sukses Kunci (<i>Key Success Factors</i>).....	91
4.3 Analisis Lingkungan Internal	92
4.3.1 Analisis Struktur Organisasi dan Operasional	92
4.3.2 Analisis Produk dan Segmentasi Nasabah	99
4.3.3 Analisis Loyalitas Nasabah	109
4.3.4 Analisis Kondisi Keuangan	112
4.4 Identifikasi Keunggulan Kompetitif	118
4.5 Reformulasi Strategi.....	127
4.5.1 Arena	128
4.5.2 <i>Vehicle</i>	130
4.5.3 Perbedaan/ <i>Differentiators</i>	131
4.5.4 Tahapan	131
4.5.5 Logika Ekonomi	132



Bab V SIMPULAN DAN SARAN	134
5.1 Simpulan	134
5.2 Saran	135
Daftar Pustaka	138
Daftar Lampiran	140

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Karakteristik & Biaya Kartu Kredit Bank XYZ	41
Tabel 4.1 Pertumbuhan Bisnis Kartu Kredit di Indonesia tahun 2010-2014	58
Tabel 4.2 Pokok-pokok perubahan pengaturan Kartu Kredit berdasarkan PBI No.14/2/PBI/2012	65
Tabel 4.3 Indikator Utama Perekonomian	71
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Analisis PEST	77
Tabel 4.5 Perbandingan Kartu ATM/Debit, Kartu Kredit dan Uang Elektronik ..	82
Tabel 4.6 Hasil Analisis Lima Kekuatan Kompetitif Porter pada Industri Penerbit Kartu Kredit.....	85
Tabel 4.7 Tabel Perbandingan jumlah Kartu Beredar	89
Tabel 4.8 Kinerja Keuangan <i>Unsecured</i> Bisnis Kartu Bank XYZ Desember 2014 vs Desember 2015	113
Tabel 4.9 Pertumbuhan Kredit & Jumlah Kartu yang diterbitkan Bank XYZ dibandingkan angka nasional	115
Tabel 4.10 Rasio NPL Bank XYZ dibandingkan dengan Angka Nasional	116
Tabel 4.11 Analisis VRIO Framework Bank XYZ	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komprehensif Manajemen Strategik	11
Gambar 2.2 Strategi dalam Satu Kesatuan.....	26
Gambar 2.3 5 Elemen Strategi yang Utama	26
Gambar 2.4 <i>Strategic Group Map</i>	32
Gambar 3.1 Jumlah Pemegang Kartu Kredit Bank XYZ Indonesia 2010–2014..	42
Gambar 3.2 Volume Transaksi Kartu Kredit Bank XYZ Indonesia 2010–2014 (Dalam Jutaan Rupiah)	43
Gambar 3.3 Nilai rata-rata transaksi kartu kredit Bank XYZ Indonesia 2010– 2014.....	43
Gambar 3.4 Struktur unit kerja kartu kredit Bank XYZ Indonesia	45
Gambar 3.5 Rerangka Analisis	51
Gambar 4.1 <i>Strategic Group Map</i>	90
Gambar 4.2 Strategi Bisnis.....	92
Gambar 4.3 Divisi Kartu (<i>Card Center</i>) Bank XYZ	98
Gambar 4.4 Produk dan <i>segment</i> nasabah Bank XYZ.....	103
Gambar 4.5 Penerapan 5 Elemen Strategi Bank XYZ.....	133