

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas perlindungan dan bimbinganNya, sehingga thesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Thesis ini merupakan salah satu mata kuliah wajib yang harus diambil oleh mahasiswa Universitas Bina Nusantara khususnya Jurusan Tehnik Industri dan Sistem Informasi guna untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana S2.

Thesis ini disusun berdasarkan dari data yang diperoleh dari tempat melakukan survei thesis ditambah dari penjelasan para dosen serta literatur yang berhubungan dengan topik thesis.

Dalam kesempatan ini pula, ucapan terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta yang senantiasa memberikan dukungan doa dan semangat untuk menyelesaikan penulisan thesis ini dengan baik dan tepat pada waktunya.
2. Bapak PJ Rahmat Susanta, MM selaku Dosen Pembimbing yang sangat sabar membimbing penulis dan selalu memberi masukan – masukan yang berguna terhadap penyelesaian thesis ini.
3. Para sahabat (Aldo Herman Suherman, Byanca, Amelita Setiamanah) yang selalu menemani saya dan memberikan bantuan pada saat proses penulisan thesis ini.
4. Teman – teman MEO yang tidak bisa disebutkan satu persatu disini yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis.

Thesis ini merupakan hasil pemikiran dari penulis yang tentunya tidak lepas dari segala kekurangan . Penulis membuka diri untuk menerima saran dan kritik yang membangun.

Jakarta, 14 November 2008

Penyusun,

Gerry Havernant

0600656091

ABSTRAK

Dengan melihat trend pasar dan tingkat persaingan yang terjadi di Indonesia saat ini, maka saya bermaksud menuliskan mengenai strategi marketing yang dilakukan Bank Panin melalui SMART Panin-nya untuk menghadapi persaingan yang kian memanas ini, terutama dalam bidang perkreditan.

Dengan menjamurnya bank di Indonesia, maka setiap bank harus memiliki strategi marketing yang handal untuk menarik minat masyarakat. Dengan kegiatan promosi yang tepat dan mengena, serta strategi yang handal, maka bank dapat mengalami kemajuan. Dalam thesis ini dibahas mengenai strategi yang dilakukan SMART Panin, yaitu suatu *brand* dari Bank Panin di bidang perkreditan yang bergerak di segmen *SME banking*. Hal ini bertujuan untuk memajukan SMART Panin dan memberikan solusi dalam menghadapi kompetisi di Indonesia, khususnya di Jakarta.

Dalam thesis ini diceritakan bagaimana strategi yang dilakukan, yaitu dari proses pembuatan *Porter Five Forces Model*, *SWOT Analysis*, *STP*, dan *marketing-mix strategy (4P)*.

Melalui *case study* ini diharapkan dapat mengevaluasi kondisi persaingan yang terjadi dan solusi yang dapat diambil guna memajukan SMART Panin.

Kata kunci :

Evaluasi strategi marketing dengan menggunakan 4 metode (*Porter Five Forces Model*, *SWOT Analysis*, *STP*, dan *Marketing-mix Strategy*)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....IV

ABSTRAKVI

BAB I : PENDAHULUANERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

1.1. Latar Belakang..... **Error! Bookmark not defined.**

1.2. Rumusan Masalah..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3. Tujuan dan Manfaat..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3.1. Tujuan..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3.2. Manfaat..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4. Ruang Lingkup **Error! Bookmark not defined.**

BAB II : LANDASAN TEORI.....ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

2.1. *Porter Five Forces Model* **Error! Bookmark not defined.**

2.2. *SWOT Analysis* **Error! Bookmark not defined.**

2.2.1. *External Environment* (Lingkungan External) Analysis **Error!**

Bookmark not defined.

2.2.2. *Internal Environment* (Lingkungan Internal) Analysis **Error!**

Bookmark not defined.

2.3. *Segmentation*..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.1. *Geographic Segmentation* **Error! Bookmark not defined.**

2.3.2. *Demographic Segmentation* **Error! Bookmark not defined.**

2.3.3. <i>Psychographic Segmentation</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.4. <i>Behavioral Segmentation</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.4.1. <i>Segmenting Business Consumer Markets</i> ...	Error! Bookmark not defined.
defined.	
2.4. <i>Targeting</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5. <i>Positioning</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.1. <i>Points-of-Parity (POPs) dan Points-of-Difference (PODs)</i>	Error!
Bookmark not defined.	
2.5.1.1. <i>Points-Of-Parity (POPs)</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.1.2. <i>Points-Of-Difference (PODs)</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5.2. <i>Memilih POPs dan PODs</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6. <i>Product, Promotion, Price, Place (4P) dan People, Process, Physical Evidence (3P)</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.1. <i>Product</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.2. <i>Promotion</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.3. <i>Price</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.4. <i>Place</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.5. <i>People</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.6. <i>Process</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.7. <i>Physical Evidence</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.8. <i>Brand</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.8.1. <i>Brand Elements</i>	Error! Bookmark not defined.

2.6.8.2. *Criteria for Choosing Brand Elements*.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB III : METODOLOGI CASE STUDY.....**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

3.1. *Metode Analisis* **Error! Bookmark not defined.**

3.1.1. *Model* **Error! Bookmark not defined.**

3.1.2. *Metode Pengolahan Data* **Error! Bookmark not defined.**

3.2. *Metode Pengumpulan Data* **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV : ANALISA INDSUTRI.....**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

4.1. SEKILAS MENGENAI BANK PANIN..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

4.2. *Porter Five Forces Model*..... **Error! Bookmark not defined.**

4.3. *SWOT Analysis* **Error! Bookmark not defined.**

4.4. *Segmentation, Targeting, and Positioning* . **Error! Bookmark not defined.**

4.4.1. *Segmentation* **Error! Bookmark not defined.**

4.4.2. *Targeting* **Error! Bookmark not defined.**

4.4.3. *Positioning* **Error! Bookmark not defined.**

4.5. *Marketing-Mix Strategy*..... **Error! Bookmark not defined.**

4.5.1. *Product* **Error! Bookmark not defined.**

4.5.2. *Promotion*..... **Error! Bookmark not defined.**

4.5.3. *Place*..... **Error! Bookmark not defined.**

4.5.4. *Price* **Error! Bookmark not defined.**

4.5.5. *People*..... **Error! Bookmark not defined.**

4.5.6. *Process* **Error! Bookmark not defined.**

4.5.7. *Physical Evidence* **Error! Bookmark not defined.**

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN...ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

5.1. Kesimpulan **Error! Bookmark not defined.**

5.1.1. Kesimpulan dari *Porter Five Forces Model* **Error! Bookmark not defined.**

5.1.2. Kesimpulan dari *SWOT Analysis* **Error! Bookmark not defined.**

5.1.3. Kesimpulan dari *Segmentation, Targeting, Positioning*. **Error! Bookmark not defined.**

5.1.4. Kesimpulan dari *Marketing Mix Strategy*.. **Error! Bookmark not defined.**

5.2. Saran **Error! Bookmark not defined.**

5.3. Rekomendasi Pengembangan **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA XIII

LAMPIRAN..... L1

RIWAYAT HIDUP XV

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Consumer Segmentation Bases.....	28
Tabel 4.2. Tabel <i>target market</i> SMART Panin.....	65
Tabel 4.3. Tabel dokumen yang diperlukan.....	734
Tabel 4.4. Tabel Biaya Bank Panin pada saat akad kredit per Oktober 2008.....	789
Tabel 4.5. Tabel Biaya Bank Danamon pada saat akad kredit per Oktober 2008	69
Tabel 4.6. Tabel Biaya Bank kompetitor pada saat akad kredit.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Porter Five Forces Model.....	23
Gambar 2.2. SWOT Analysis	25
Gambar 3.1. Model Analisa <i>Case Study</i>	41
Gambar 4.1. Porter Five Forces Model.....	39
Gambar 4.2. <i>SWOT Analysis</i>	50
Gambar 4.3. Persentase Kredit di tahun 2005.....	52
Gambar 4.4. Persentase Kredit di tahun 2006.....	52
Gambar 4.5. Persentase Kredit di tahun 2007.....	53
Gambar 4.6. Kredit Berdasarkan Sektor Ekonomi 2007.....	58

Gambar 4.7. Kredit Berdasarkan Sektor Ekonomi 2008..... 58