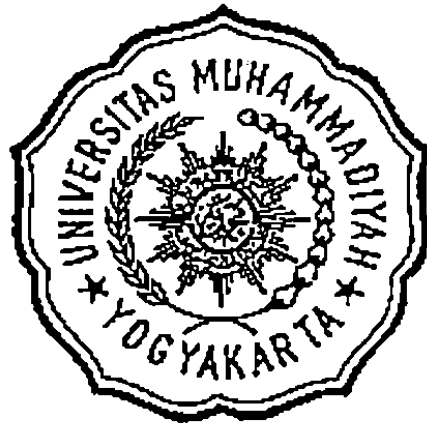


# **PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BANK BPD DIY CABANG WATES**

**Tesis**  
**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan**  
**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2**  
**Program Studi Magister Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**Nama : Arif Wijayanto**  
**No. Mahasiswa : 20011020025**

**Kepada,**  
**PROGRAM PASCA SARJANA**

Halaman Persetujuan

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN  
BANK BPD DIY CABANG WATES**

Telah Disetujui,

Dosen Pembimbing I

Tanggal 26 Desember 2005

  
(Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA.)

Dosen Pembimbing II

Tanggal 26 Desember 2005

  
(Dra. Siti Dyah Handayani, MM.)

Halaman Pengesahan


# PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BANK BPD DIY CABANG WATES

Tesis Ini Telah Dipertahankan Dan Disahkan Di Depan  
Dewan Penguji Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 12 Januari 2006

Yang terdiri dari :

  
Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA.  
Ketua Tim Penguji

  
Dra. Siti Dyah Handayani, MM.  
Anggota Tim Penguji

  
Drs. Susanto, MS.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,

Ketua Program Magister Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



  
Dra. Sri Surwanti, M.Si.



3. Bapak Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA selaku dosen pembimbing satu atas bimbingan materi dan teknis yang telah memberikan pengetahuan Manajemen Pemasaran dalam kuliah dan seminar selama penulis belajar pada Program Magister Manajemen, Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dra. Siti Dyah Handayani, MM selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan *support*, bimbingan dan masukan secara terus menerus dalam menyelesaikan penyusunan tulisan ini.
5. Ibu Dra. Rahayu Trimulyani, MM selaku Pemimpin Cabang Wates yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menerapkan ilmu di Bank BPD DIY Cabang Wates.
6. Para Penyelia, Pemimpin Cabang Pembantu dan Koordinator Kantor Kas serta para mantan pejabat yang telah membantu memberikan masukan demi kemajuan kantor tercinta.
7. Teman-teman angkatan I, II dan III, terima kasih atas pertemanan dan persahabatan selama ini.
8. Isteriku Elly Widyastuti, Anak-Anakku Fira dan Novan yang tiada hentinya memberikan perhatian dan semangat.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuannya, semoga Allah SWT memberikan segala kebaikan kepada kita semua.

## INTI SARI

Keberadaan Bank memang tidak bisa dilepaskan dari kondisi makro-ekonomi. Sayangnya, kondisi makro ekonomi Indonesia tahun 2005 akhir sedang tak bersahabat. Suku bunga cenderung tinggi, inflasi membumbung dipicu oleh kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) dan nilai tukar rupiah yang tidak stabil, bahkan cenderung tertekan dolar Amerika. Bank Indonesia (BI) sebagai penentu kebijakan moneter terpaksa harus menaikkan suku bunga SBI untuk meredam inflasi. Untuk itu Bank Indonesia tak pernah berhenti menyuarakan kepada kalangan dunia perbankan untuk segera melakukan merger bagi bank-bank yang beroperasi kurang efisien dan cenderung tidak stabil dalam pertumbuhannya. Hal ini didukung dengan dikeluarkannya ketentuan-ketentuan untuk mendukung proses tersebut, misalnya ketentuan modal minimum.

Di tahun 2006, ditengah kondisi sulit tersebut peta persaingan bank-bank semakin ketat, masing-masing bank mengeluarkan strategi untuk merebut konsumen. Mulai dari penciptaan produk yang khas, pelayanan yang prima dan penerapan teknologi terapan yang tinggi dalam proses pelayanan. Bank BPD DIY sebagai salah satu pemain di sektor ini tentu tidak boleh lengah dengan predikat yang telah disandanginya sebagai Bank selama sembilan tahun berturut-turut memperoleh predikat "sangat bagus". Bila tidak waspada tentunya predikat itu nantinya hanya tinggal sebuah cerita. Untuk itu Bank BPD DIY harus berupaya keras untuk tetap *survive* dan bersaing secara sehat diantara para pesaing yang juga melakukan hal yang sama. Bank BPD DIY Cabang Wates dengan faktor internal perusahaan dan adanya faktor eksternal dituntut untuk dapat merumuskan strategi pemasaran yang jitu untuk wilayah Kabupaten Kulon Progo agar dapat mendukung strategi Kantor Pusat.

## ABSTRACT

The existence of a bank is closely related to the macro-economic condition. Unfortunately, Indonesian macro economic condition in the late 2005 is not conducive, such as high interest rate tendency, high inflation triggered by increasing fuel price, unstable Rupiah currency exchange, which is even pressed by American Dollar. Bank Indonesia as the monetary policy maker is forced to raise the SBI interest index in order to restrain the inflation. Bank Indonesia vigorously evokes bank community to promptly merge unstable growth banks that are operationally inefficient. The process is supported by issuing various requirements, such as the minimum capital requirement.

In 2006, under quite difficult condition, competition between banks is getting intense. Banks release their strategies to win consumers, such as unique products, excellent service and providing service process with high-technology application. Bank BPD DIY, as one of the players in this sector, should not be overwhelmed by the "excellent bank" predicate that the bank has been achieved in 9 consecutively years. Unaware attitude over the predicate may cause the bank to loose such predicate. Hence, Bank BPD DIY puts considerable efforts to survive and compete with other competitors in the same field. Bank BPD DIY Wates Branch Office with its internal and external factors is challenged to be able to formulate precise marketing strategies to support the Head Office strategies, to be used for Kulon Progo District area.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>INTISARI / ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Lingkup Penelitian .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.2. Pengertian Strategi .....	11
2.3. Strategi Pemasaran .....	12
2.4. Konsep Pemasaran .....	12
2.5. Pergeseran Paradigma Dalam Pemasaran .....	14
2.5.1. Dari Mass Marketing ke Target Marketing .....	14
2.5.2. Dari Mass Marketing ke Interactive Marketing .....	14
2.5.3. Dari Transaction Marketing ke Relationship Marketing .....	14
2.5.4. Dari Convention Attacking Strategy ke Predatory Strategy .....	15
2.5.5. Dari Costumer Satisfaction ke Lasting Customer Enthusiasm ....	15
2.5.6. Dari Convensional Customer ke Green Customer .....	15



2.5.7. Dari Traditional Marketing ke Customer Engineering .....	15
2.6. Desain Strategi Pemasaran Melalui Proses Pemasaran Strategis.....	15
2.7. Analisis Situasi Pasar .....	16
2.7.1. Definisi dan Analisis Pasar .....	17
2.7.2. Segmentasi Pasar .....	17
2.7.3. Analisis Persaingan .....	20
2.7.4. Sistem Informasi dan Riset Pemasaran .....	21
2.8. Marketing Mix .....	22
2.9. Pemasaran Jasa .....	24
2.10. Analisis Faktor Internal Dan Eksternal .....	26
2.11. Penelitian Perbandingan .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Obyek Penelitian .....	34
3.2. Subyek Penelitian .....	34
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4. Instrumen Penelitian .....	36
3.5. Kerangka Analisis .....	37
3.6. Visi Dan Misi .....	37
3.7. Variabel Penelitian .....	38
3.7.1. Variabel Internal .....	38
3.7.1.1. Manajemen .....	38
3.7.1.2. Keuangan.....	38
3.7.1.3. Pemasaran .....	39
3.7.1.4. Produksi/Operasi .....	39
3.7.1.5. Penelittian & Pengembangan .....	39
3.7.1.6. Sistem Informasi Komputer .....	40

3.7.2. Variabel Eksternal .....	40
3.7.2.1. Ekonomi .....	40
3.7.2.2. Sosial Budaya Demografi Dan Lingkungan .....	41
3.7.2.3. Politik, Pemerintah Dan Hukum .....	41
3.7.2.4. Teknologi .....	42
3.7.2.5. Persaingan .....	42
3.8. Analisis SWOT .....	42
3.9. Pembobotan .....	44
3.10. Analisis Faktor Strategi Saat ini .....	44
3.11. Alternatif Strategi .....	46
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1. Letak Geografis .....	47
4.2. Kondisi Sosial Ekonomi .....	48
4.3. Visi Dan Misi .....	55
4.4. Struktur Organisasi .....	56
4.5. Kinerja keuangan .....	57
4.6. Hasil Pencapaian Target Keuangan .....	58
4.7. Market Share .....	58
4.8. Strategi Dasar .....	59
4.9. Strategi Penunjang .....	59
4.10. Lingkungan Industri .....	59
4.11. Analisis SWOT .....	60
4.11.1. Analisis Faktor Internal Perusahaan.....	60
4.11.2. Alternatif Faktor Eksternal Perusahaan .....	69
4.12. Hasil Analisis SWOT .....	76
4.13. Alternatif Strategi .....	78

4.14. Strategi Pemasaran .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1. Kesimpulan .....	80
5.2. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
Lampiran-Lampiran	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Kinerja Keuangan Bank BPD DIY Cabang Wates Tahun 1999-2003 .....	4
Tabel 1.2. Perincian Komposisi Dana Pihak Ketiga BPD DIY Cabang Wates Tahun 1999-2003 .....	5
Tabel 3.1. Faktor Internal Kunci .....	43
Tabel 3.2. Faktor Eksternal Kunci .....	43
Tabel 3.3. Analisa Faktor Internal .....	45
Tabel 3.4. Analisa Faktor Eksternal .....	45
Tabel 4.1 PDRB Menurut Lapangan Usaha Berdasar Harga Berlaku Di Kab. Kulon Progo tahun 2003 .....	48
Tabel 4.2 Perkembangan Potensi Industri Di Kab. Kulon Progo Tahun 2002-2003 .....	49
Tabel 4.3 Perkembangan Penerimaan Pajak Di Kab. Kulon Progo Tahun 2002-2003 .....	49
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Masyarakat Di Kab. Kulon Progo Tahun 2003 .....	50
Tabel 4.5 Perkembangan Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Di Kab. Kulon Progo tahun 2002-2003 .....	51
Tabel 4.6 Jumlah Pemeluk Agama Di Kab. Kulon Progo Tahun 2003 .....	52
Tabel 4.7 Partisipasi Partai Politik terhadap Perolehan Kursi DPRD Di Kab. Kulon Progo Tahun 2003 .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pemasaran Strategis .....	16
Gambar 2.2 Tiga Jenis Pemasaran Dalam Industri Jasa .....	25
Gambar 2.3 Hubungan kekuatan eksternal dan organisasi .....	27
Gambar 2.4 Kerangka kerja analitis perumusan strategi .....	28
Gambar 2.5 Arah Penentuan Strategi Resultan .....	29
Gambar 2.6 Matrik TOWS .....	29
Gambar 2.7 Matrik SPACE .....	31
Gambar 3.1 Kerangka Analisis Penelitian .....	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	56
Gambar 4.2 Hasil Analisis SWOT .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN

1. Analisis Faktor Internal
2. Analisis Kekuatan Dan Kelemahan
3. Analisis Menggunakan Kekuatan Internal Perusahaan Dalam Penyusunan Strategi Pemasaran
4. Analisis Faktor Eksternal
5. Analisis Peluang Dan Ancaman
6. Analisis Memanfaatkan Peluang Eksternal Perusahaan Dalam Penyusunan Strategi Pemasaran
7. Contoh Menghitung Nilai Kinerja Terbobot Faktor Internal
8. Contoh Menghitung Nilai Kinerja Terbobot Faktor Eksternal
9. Kuisisioner
10. Posisi Penghimpunan Dana Berdasarkan Lokasi Bank Di DIY
11. Posisi Penyaluran Kredit Per Sektor Berdasarkan Lokasi Bank Di DIY

<b>Tabel 4.8</b>	<b>Jaringan Telekomunikasi Kabel Di Kab. Kulon Progo</b>	
	Tahun 2003 .....	54
<b>Tabel 4.9</b>	<b>Perkembangan Komunikasi Melalui Surat</b>	
	Di Kab. Kulon Progo Tahun 2002-2003 .....	55
<b>Tabel 4.10</b>	<b>Kinerja Keuangan Bank BPD DIY Cabang Wates</b>	
	Tahun 1999 s/d 2003 .....	57
<b>Tabel 4.11</b>	<b>Hasil Pencapaian Target Bank BPD DIY Cabang Wates</b>	
	Tahun 2003-2004 .....	58
<b>Tabel 4.12</b>	<b>Analisis Faktor Internal.....</b>	61
<b>Tabel 4.13</b>	<b>Bank Dengan Predikat Sangat Bagus</b>	
	Tahun 1996-2004 .....	64
<b>Tabel 4.14</b>	<b>Tingkat Pendidikan Pegawai Bank BPD DIY s/d 2003 .....</b>	67
<b>Tabel 4.15</b>	<b>Analisis Faktor Eksternal ....</b>	70
<b>Tabel 4.16</b>	<b>Dana Dekonsentrasi Disalurkan Melalui</b>	
	Bank BPD DIY Cabang Wates .....	73
<b>Tabel 4.17</b>	<b>Bank Akan Dan Telah Beroperasi Di Kab. Kulon Progo .....</b>	75
<b>Tabel 4.18</b>	<b>Skor Hasil Analisis SWOT .....</b>	76
<b>Tabel 4.19</b>	<b>TOWS/Matrik SWOT .....</b>	78
<b>Tabel 4.20</b>	<b>Jenis Tabungan Bank BPD DIY Cabang Wates</b>	
		79