

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup & Batasan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II	11
TELAAH PUSTAKA	11
2.1 <i>Trade Promotion</i>	11
2.1.1 Tipe Trade Promotion	12
2.1.2 Promosi Penjualan	13
2.1.3 Bauran Promosi	14
2.1.4 Bauran Pemasaran	16
2.2 <i>The Threat-Opportunity-Weakness-Strengths Matrix (TOWS Matrix)</i>	18
2.3 Analisis Peluang & Ancaman	20
2.3.1 Analisis Industri ( <i>Portes's Five-Forces Model</i> )	20
2.3.2 Analisis Keputusan Pembelian ( <i>Organizational Buyer Behavior</i> )	22
2.3.2.1 Analisis Kepuasan Pelanggan	24
2.3.2.2 Analisis Loyalitas	25
2.4 Analisis Kekuatan dan Kelemahan	27
2.4.1 <i>Key Succes Factor(KSF)</i>	28
2.4.2 Analisis Persaingan	28
2.4.3 Analisis Internal	28

2.4.3.1 Analisis Proses Trade Promotion	28
<b>BAB III</b>	<b>31</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>31</b>
3.1 Kerangka Kerja	31
3.2 Desain Penelitian	34
3.3 Jenis Data & Metode Pengumpulan Data	35
3.3.1 Data Primer	35
3.3.2 Data Sekunder	37
3.3.3 Sumber Data	39
3.4 Metode Pengolahan Data	41
3.4.1 Bagian Deskriptif	41
3.4.2 Bagian Reflektif	42
3.5 Sampel	42
3.5.1 Informan Wawancara	43
3.5.2 Responden	44
3.6 Uji Validitas	44
3.6.1 Triangulasi	45
3.6.2 <i>Key Informant Review</i>	46
3.7 Metode Analisis Data	46
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.8.1 Lokasi Penelitian	47
3.8.2 <i>Timeline</i>	47
<b>BAB IV</b>	<b>48</b>
<b>GAMBARAN OBJEK</b>	<b>48</b>
4.1 PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk,	48
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	48
4.1.2 Latar Belakang PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	48
4.1.3 Visi & Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	49
4.1.3.1 Visi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	49
4.1.3.2 Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	49
4.1.4 Kantor Wilayah BRI Denpasar	50
4.1.4.1 Tugas Pokok Kantor Wilayah	52
4.1.4.2 Struktur organisasi	53

4.1.5 Bisnis IV (E-Banking & Card)	53
4.1.5.1 Struktur Organisasi Bidang Bisnis	54
4.1.5.2 Struktur Organisasi Bagian E-Banking & Card	55
4.1.6 Produk dan Layanan Bagian <i>E-Banking &amp; Card</i>	55
4.1.7 <i>Electronic Data Capture</i> (EDC) Merchant	57
4.2 Delta Dewata Supermarket	58
4.3 Krisna Oleh-oleh Bali	60
<b>BAB V</b>	<b>65</b>
<b>HASIL &amp; PEMBAHASAN</b>	<b>65</b>
5.1 Analisis Ekternal	65
5.1.1 Analisis Industri ( <i>Five Forces Porter</i> )	65
5.1.1.1 Threat of New Competitor	65
5.1.1.2 Threat of Substitute Product	67
5.1.1.3 Bargaining Power of Supplier	72
5.1.1.4 Bargaining Power of Buyer	77
5.1.1.5 Rivalry Among Competitor	79
5.1.2 <i>Analisis Organizational Purchase Behavior</i>	86
5.1.2.1.1 Problem Recognition	88
5.1.2.1.2 Information Search	91
5.1.2.1.3 Alternative Evaluation & Selection	95
5.1.2.1.4 Outlet Selection & Purchase	96
5.1.2.1.5 Post Purchase	98
5.1.3 Analisis <i>Buying Center</i>	123
5.1.2.2.1 Bentuk Usaha Perorangan	123
5.1.2.2.2 Bentuk Usaha Perusahaan	124
5.1.4 Analisis Pesaing	126
5.1.3.1 Bank Central Asia (BCA)	126
5.1.3.2 Bank Mandiri	130
5.2 Analisis Peluang & Ancaman	132
5.2.1 Analisis Peluang	134
5.2.2 Analisis Ancaman	137
5.3 Analisis Internal	140
5.3.1 Analisis Langkah <i>Trade Promotion</i>	140

5.3.2 Analisis Proses Mesin EDC	151
5.4 Analisis <i>Key Succes Factor</i> (KSF)	156
5.4.1 KSF Faktor Eksternal	156
5.4.2 KSF Faktor Internal	158
5.5 Analisis Persaingan	159
5.6 Analisis Kekuatan dan Kelemahan Mesin EDC BRI	164
5.6.1 Kekuatan EDC BRI Bali	164
5.6.2 Kelemahan EDC BRI Bali	164
5.7 TOWS Matrix	165
5.8 Alternatif Pilihan Strategi	167
5.8.1 Akuisisi Merchant	167
5.8.2 <i>Sales Promotion</i>	168
5.9 Rancangan Strategi <i>Trade Promotion</i>	169
5.9.1 Tahap 1”Program <i>TradePromotion</i> ”	170
5.9.2 Tahap 2 “Program untuk Akuisisi Merchant”	183
5.9.3 <i>Timeline</i>	193
<b>BAB VI</b>	194
<b>KESIMPULAN &amp; SARAN</b>	194
6.1 Kesimpulan	194
6.2 Saran	194
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	196
<b>LAMPIRAN</b>	202

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Tansaksi Mesin EDC BRI Tahun 2013 & 2014	3
Tabel 1. 2 Pencapaian EDC Merchant BRI Bali 2016	5
Tabel 2. 2 Kerangka TOWS Matrix	19
Tabel 3. 1 Sumber Data	39
Tabel 4. 1 Unit Kerja BRI Bali	50
Tabel 4. 2 Unit Kerja BRI NTB	51
Tabel 4. 3 Unit Kerja BRI NTT	51
Tabel 5.1 Bank <i>Acquirer</i>	79
Tabel 5. 2 Principal Mesin EDC	83
Tabel 5. 4 Komplain Pelanggan Masalah Transaksi Mesin	101
Tabel 5. 5 Komplain Pelanggan Masalah Transaksi Meisn	102
Tabel 5. 6 Komplain Pelanggan Masalah Mesin 2015	102
Tabel 5. 7 Komplain Permasalahn Transaksi	110
Tabel 5. 8 Komplain Permasalahanan Transaksi	110
Tabel 5. 9 Komplain Mesin Krisna Oleh-oleh Bali 2016	111
Tabel 5. 10 <i>Five Forcers Porter</i> Mesin EDC	132
Tabel 5. 11 <i>Organizational Buyer Behavior</i>	134
Tabel 5. 12 Analisis Peluang	136
Tabel 5. 13 Analisis Ancaman	139

Tabel 5. 14 <i>Key Succes Factor</i> Analisis Eksternal	156
Tabel 5. 15 <i>Key Succes Factor</i> Analsis Internal	158
Tabel 5. 16 Analisis Persaingan	163
Tabel 5. 17 TOWS Matrix	166
Tabel 5. 18 Jumlah Perayaan Budaya Bali	172
Tabel 5. 19 Jumlah Merchant yang termasuk dalam 40 Pencapai	174
Tabel 5. 20 Jumlah Hotel di Bali Tahun 2013	176
Tabel 5. 21 Jumlah EDC BRI Per November 2016	177
Tabel 5. 22 Jumlah Wisnus dan Wisman Tahun 2015	178
Tabel 5. 23 Jumlah EDC Krisna Oleh Oleh Bali 2016	192
Tabel 5. 24 <i>Timeline</i> Strategi Tahun 2017 – 2018	193
Tabel 5. 25 <i>Timeline</i> Stategi Tahun 2017 – 2018	193

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Tipe <i>Trade Promotion</i>	12
Gambar 2. 2 <i>Promotion Mix</i>	14
Gambar 2. 3 <i>Marketing Mix</i>	16
Gambar 2. 4 <i>Five Forces Porter</i>	20
Gambar 2. 5 <i>Organizational Decision Making</i>	23
Gambar 3. 1 Kerangka Kerja	31
Gambar 3. 2 Model Trianggulasi Sumber	45
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kantor Wilayah BR	53
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Bidang Bisnis	54
Gambar 4. 3 Struktur Organsasi <i>E-Banking &amp; Card</i> BRI Denpasar 2016	55
Gambar 4. 4 <i>Sales Volume</i> Delta Dewata 2016	60
Gambar 4. 5 <i>Sales Volume</i> Krisna Oleh-Oleh Bali	64
Gambar 5. 1 Menu Informasi <i>Mobile Banking</i>	69
Gambar 5. 2 Menu Transfer <i>Mobile Banking</i>	69
Gambar 5. 3 Menu Pembayaran dan Pembelian <i>Mobile Banking</i>	70
Gambar 5. 4 Vendor Pemasangan dan Maintenance Mesin	72
Gambar 5. 5 Jenis Mesin EDC dan Jaringan	73

Gambar 5. 6 Principal Mesin EDC	75
Gambar 5. 7 Penyebaran Kartu Kredit dan Kartu Debit	77
Gambar 5. 8 Jumlah Mesin EDC & Merchant	78
Gambar 5. 9 Promo Bank BCA	85
Gambar 5. 10 Promo Bank Mandiri	85
Gambar 5. 11 Promo Bank BRI	86
Gambar 5. 12 <i>Organizational Puchase Behavior</i>	87
Gambar 5. 13 <i>Sales Volume</i> Delta Dewata 2016	118
Gambar 5. 14 <i>Sales Volume</i> Krisna Oleh-oleh Bali 2016	120
Gambar 5. 15 <i>Proses Trade Promotion</i> Insentif Kasir Delta Dewata	142
Gambar 5. 16 <i>Langkah Trade Promotion Kick Back</i> MDR Krisna Oleh-oleh Bali	147
Gambar 5. 17 <i>Transaksi On Us</i> EDC BRI	151
Gambar 5. 18 <i>Transaksi Off Us</i> EDC BRI	154
Gambar 5. 19 Tahapan Rancangan Strategi <i>Trade Promotion</i>	169
Gambar 5. 20 Tahapan <i>Trade Promotion</i> (Strategi)	175
Gambar 5. 21 Struktur Organisasi <i>Merchant Relationship</i>	184