

Strategi pemasaran kartu kredit dalam menghadapi persaingan global:
Studi kasus pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. =
Competitive strategic credit card in global competition: Case study in
PT. Bank Negara Indonesia (Persero)Tbk.

Intania Silviani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=111767&lokasi=lokal>

Abstrak

Banyaknya bank/lembaga keuangan penerbit kartu kredit akan mengakibatkan timbulnya persaingan.

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak pertengahan tahun 1997 telah mendorong perbankan nasional semakin berhati-hati untuk menyalurkan kreditnya ke sektor korporat. Adanya pertumbuhan ekonomi yang semakin baik, peningkatan kredit konsumsi dan pesatnya perkembangan pusat-pusat perdagangan di Indonesia telah memicu peningkatan kebutuhan terhadap alat pembayaran yang berbasis kartu diantaranya ya kartu kredit. Persaingan di bisnis kartu kredit relative ketat dengan Citibank sebagai pemimpin pasar.

Dengan adanya hal tersebut di atas dan adanya keinginan untuk menjadi leader serta menahan dominasi bank asing maka BNI sebagai salah satu pemain di bisnis kartu kredit berupaya melancarkan berbagai strateginya

Penelitian dilakukan terhadap konsumen pengguna kartu kredit. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksploratif deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan cara melakukan survey kepada para pengguna kartu kredit. Pada survey ini juga digunakan instrumen berupa kuesioner yang berisi daftar pertanyaan. Pendekatan secara kualitatif dilakukan dengan melakukan wawancara dengan beberapa petugas bank yang biasa menangani kartu kredit. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil antara lain :

1. Berdasarkan peran perusahaan dalam bisnis kartu kredit maka posisi BNI adalah sebagai penantang pasar (market challenger). Sedangkan posisi pemimpin pasar (market leader) masih dipegang oleh Citibank.
2. Dengan adanya globalisasi maka tidak menutup kemungkinan bank-bank asing ataupun bank-bank yang sebagian sahamnya dimiliki oleh asing dapat beroperasi di Indonesia.

Hal ini dibuktikan dengan posisi Citibank sebagai market leader dalam bisnis kartu kredit. Jejak Citibank kemudian diikuti oleh bank-bank asing lainnya antara lain HSBC dan Standard Chartered Bank.

Dengan kondisi persaingan yang relatif ketat maka agar tetap dapat eksis dalam bisnis kartu kredit BNI harus memiliki strategi yang berdaya saing tinggi yaitu :

1. Strategi persaingan harga
2. Perang Iklan (promosi)
3. Meningkatkan Pelayanan

<hr>Many bank or finance institution credit card publisher will cause competition.

Economic crisis which have been in Indonesia since the middle year of 1997 have been pushed national banking to more carefully to distribute their credit to corporate sector. The economic development that more better, the increasing of credit consumption and the rapidly growth of trading centre in Indonesia have caused increasing necessity of payment instrument which is basis card, they are credit card. Credit card business competition is relatively strict with City bank as the market leader.

With that condition and there is desire to be a leader which restrain foreign bank domination so BNI as one of player in this credit card business try to use all strategy.

Research is done to the consumer of credit card. The research is explorative descriptive research with quantitative and qualitative approach. Quantitative approach is done by questionnaire. Qualitative approach is done by interview some bank officers which usually handle credit card.

From the research that has been done, can be take some conclusion. They are:

1. Basis of corporate function in credit card business, BNI position as the market challenger. Besides market leader position is still handled by Citibank.
2. Because of the globalization not to close possible foreign bank or banks which half of share are belong to foreign that operation in Indonesia. This is can be proved by Citibank position as the market leader in credit card business. Citibank step than followed by other foreign banks, they are HSBC and Standard Chartered Bank.

With this competitive condition that straight enough so to keep exist in business credit card, BNI must have strategy with high competitive. They are:

1. Competitive price strategy
2. Promotion war
3. Increasing the service