

Evaluasi program kartu kredit pada Agha Bank Card Center

Agus Kretarto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440855&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

AGHA BANK sebagai sebuah bank devisa yang cukup besar di Indonesia telah menjalankan program kartu kredit sejak tahun 1983. Hingga akhir tahun 1990 Agha Bank Card Center merupakan penerbit yang memiliki jumlah pemegang kartu peringkat kedua terbesar di Indonesia. Dalam menjalankan programnya pada periode 5 (lima) tahun kedua, Agha Bank Card Center telah mengimplementasikan strategi diversifikasi konsentrik.

Apabila evaluasi efektivitas program didasarkan pada tujuan pada awal dibentuknya Agha Bank Card Center, yaitu sebagai tool of marketing dan produk-produk utama AGHA BANK, agaknya program yang diselenggarakan sudah cukup efektif, terbukti dengan cukup dikenalnya nama AGHA BANK di dunia perbankan baik nasional maupun internasional.

Namun demikian jika efektivitas dilihat dari tujuan program Agha Bank Card Center yang dicetuskan pada tahun 1987, yakni untuk menjadi penerbit dengan jumlah pemegang kartu terbanyak, ternyata tujuan tersebut belum tercapai. Demikian pula bila evaluasi kita kaitkan dengan tujuan perusahaan pada umumnya, yakni memperoleh keuntungan, ternyata program kartu kredit Agha Bank Card Center belum efektif mengingat kondisinya yang masih merugi. Hal ini disebabkan antara lain karena Agha Bank Card Center belum ditetapkan sebagai pusat laba (profit center).

Berdasarkan analisa SWOT (PTKL) yang kami lakukan, ternyata Agha Bank Card Center masih mempunyai kesempatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, mengingat semakin terbukanya peluang-peluang sehubungan dengan terdapatnya kondisi dan kecenderungan lingkungan eksternal yang menguntungkan. Namun demikian di sisi lain ternyata lingkungan eksternal juga memberikan tantangan-tantangan yang

merupakan permasalahan yang sulit dielakkan, yakni terutama sehubungan dengan semakin tajamnya persaingan untuk merebut peluang terlebih setelah deregulasi bidang keuangan dan perbankan tahun 1988, masih tingginya risiko laten berupa fraud oleh pihak luar dan lain-lain.

Selanjutnya dari analisa industri dan persaingan, ternyata semakin tajamnya intensitas persaingan dalam bisnis kartu kredit disebabkan karena :

- semakin agresifnya para pesaing yang telah ada.

- masuknya pendatang baru.

- meningkatnya bargaining power pemilik dana.

- masih kuatnya bargaining power para pedagang dan pemegang kartu.

- masih besarnya peranan uang kertas/logam dan check yang merupakan substitusi kartu kredit.

Dengan pengalamannya selama 8 (delapan) tahun, manajemen Agha Bank Card Center telah dapat membangun kekuatan-kekuatan dalam berbagai aspek program kartu kredit.

Namun berdasarkan penelitian yang kami lakukan, ternyata Agha Bank Card Center masih menghadapi beberapa permasalahan internal, yakni sehubungan dengan masih terdapatnya kelemahan?kelemahan di bidang organisasi, pemasaran, sistem/teknologi, prosedur dan keuangan.

Dalam rangka menjembatani strategi jangka panjang untuk penyelenggaraan program kartu kredit selanjutnya, sudah selayaknya manajemen tetap memanfaatkan peluang-peluang eksternal dan kekuatan internal yang ada, sambil berusaha mengatasi tantangan?tantangan yang dihadapi dan memperbaiki kelemahan?kelemahan internal. Dengan demikian diharapkan AGHA BANK tetap dapat mempertahankan ataupun meningkatkan posisinya dalam persaingan bisnis kartu kredit di Indonesia.

Dalam karya akhir ini kami juga mengemukakan rekomendasi

dasi untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada dan untuk memperkuat sistem pengendalian intern dalam penyelenggaraan program kartu kredit selanjutnya.