

Strategi pengembangan produk sistem pembayaran (studi kasus pt. xyz)

Barus, Gidion Suranta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20462130&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Istilah sistem pembayaran diperkenalkan oleh Visa dan MasterCard untuk menggambarkan jasanya. Produk-produk yang dihasilkan oleh kedua perusahaan ini antara lain adalah transaksi pembelian barang/jasa dan transaksi penarikan uang tunai di mesin ATM dengan menggunakan kartu kredit atau kartu debit.

Di Indonesia saat ini terdapat 7 (tujuh) perusahaan sebagai penyedia sistem pembayaran. Diantaranya terdapat Visa dan MasterCard yang merupakan perusahaan multinasional. Selain itu terdapat 2 (dua) bank yang melakukan hard integration dengan menyewakan ATM-nya untuk digunakan oleh bank lain. Pelanggan utama jasa sistem pembayaran adalah bank, namun tidak kalah penting adalah faktor jumlah cardholder yang berpotensi memberikan pendapatan dari setiap transaksi yang dilakukan.

Sejak masa krisis, PT. XYZ mengalami peningkatan pendapatan yang disebabkan antara lain:

a. penentuan standar kualitas layanan sistem pembayaran,

b. pengembangan fitur bill payment (pembayaran tagihan),

c. bank-bank besar mulai bergabung dengan tujuan memperoleh pendapatan fee based, dan

d. perubahan struktur organisasi dimana pada tahun 2001 layanan sistem pembayaran di PT. XYZ dikelola oleh suatu bisnis unit.

Agar dapat memenangkan persaingan di industri sistem pembayaran yang sedang tumbuh (growth), PT. XYZ perlu menerapkan strategi prospector melalui pengembangan produk seperti dibawah ini:

a. Berusaha untuk mendapatkan hak paten dari setiap format message yang telah didefinisikan. Hal seperti ini telah dilakukan oleh Visa dan MasterCard untuk menciptakan entry barrier bagi calon pendatang baru dan switching cost bagi pelanggan eksisting.

b. Mendefinisikan platform produk sehingga proses pengembangan produk menjadi lebih cepat dan efisien.

c. Secara kreatif menciptakan lini produk baru dari platform produk yang sudah didefinisikan.

d. Melakukan inovasi produk baru melalui pengembangan secara internal sesuai kompetensi yang dimiliki

perusahaan ataupun secara kemitraan dengan cara outsourcing atau sistem bagi hasil. Inovasi produk yang direkomendasikan adalah perluasan kanal distribusi seperti POS, mobile banking, dan teller bersama.

e. Menerapkan strategi kemitraan dengan cara melakukan kerjasama interkoneksi dengan PT. POS Indonesia, kerjasama interkoneksi dengan penyedia sistem pembayaran di luar negeri, dan kerjasama interkoneksi dengan penyedia call center untuk layanan phone banking.