

Kartu kredit sebagai produk unggulan menghadapi era globalisasi

Noor Anna Ho, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90843&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kartu plastik dewasa ini merupakan media pembayaran yang mulai digemari dengan sistim pembayaran angsuran dan pemberian tenggang waktu untuk membayar, Pertumbuhan perekonomian Indonesia yang menggembirakan dan bertambahnya jumlah bank penyelenggara/pelaksana kartu kredit merupakan faktor pendorong berkembangnya kartu kredit di Indonesia semakin pesat.

Kartu kredit dapat dikatakan sebagai ladang baru dalam meningkatkan kinerja bank penyelenggara/pelaksana dengan didapatnya keuntungan - keuntungan seperti uang pangkal, iuran tahunan, komisi yang didapat dari merchant dan bunga.

PT BANK DAGANG NASIONAL INDONESIA (BDNI) sebagai salah satu bank swasta nasional yang memiliki faktor - faktor internal kuat seperti pertumbuhan kantor cabang di Indonesia dan luar negeri, pertumbuhan modal sekitar 39.41 %, pangsa dana & kredit yang cukup besar, perolehan laba sekitar 119 % (sampai tahun 1994), peningkatan sumber daya manusia masih belum memasuki era kartu kredit ini. Pada kesempatan ini, penulis menyusun strategi yang tepat untuk peluncuran pertama kartu kredit BDNI.

Adapun strategi unggulan yang dihasilkan adalah agresif dengan produk development. Fokus pasar di luar pulau Jawa dan luar negeri untuk menghindari konfrontasi langsung dengan para pesaingnya. Target pasarnya adalah golongan ekonomi menengah ke atas dengan penghasilan minimum Rp. 500 ribu (net) perbulan. Diferensiasi yang diperlukan adalah pemberian spread kepada deposan dan keringanan bunga kepada debitur yang memiliki kartu kredit BDNI.

Diharapkan strategi ini akan dapat meningkatkan kinerja BDNI minimum sebesar 20 % pada tahun pertama peluncurannya dan memperluas pangsa pasar yang dimilikinya sekarang ini. Pada tahun kelima, BDNI diharapkan menjadi inventor dalam bidang kartu kredit ini diantara bank swasta nasional di Indonesia.