

## Analisa pola outsourcing telesales bni card center

Fijria Rahmawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=95833&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Saat ini kartu kredit sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sebagian orang yang hidup di perkotaan. Jika dulu hutang dianggap sesuatu yang memalukan, kini hutang dapat menempatkan seseorang pada "status sosial" yang lebih tinggi dibandingkan masyarakat golongan lain. Para pemegang kartu kredit merasa bangga karena mereka menganggap dirinya adalah golongan masyarakat yang dipercaya oleh sebuah institusi perbankan. Hal tersebut ditunjukkan dengan berbagai jenis kartu kredit dari berbagai issuer (penerbit kartu kredit) ketika mereka melakukan transaksi. Padahal fungsi sebenarnya dari kartu kredit adalah sebagai alat bertransaksi dan memudahkan karena konsumen tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar.

Penggunaan kartu kredit di Indonesia berkembang pesat terutama sejak adanya deregulasi perbankan dengan diterbitkannya SK Menkeu No..1251/KM.031/1998 pada tanggal 20 Desember 1998 yang menggolongkan bisnis kartu kredit sebagai kelompok usaha jasa pembiayaan untuk membeli barang dan jasa. Pada tahun 2006, diperkirakan pertumbuhan kartu kredit berkisar 20-30% per tahun dengan jumlah pemegang kartu kredit mencapai 6,5 juta orang dan nilai transaksi yang terjadi sebesar Rp.55,29 triliun. Pertumbuhan jumlah pemegang kartu kredit ini tidak terlepas dari kemudahan dan iming-iming menggiurkan yang ditawarkan issuer, serta semakin banyaknya merchant yang mau menerima pembayaran dengan kartu kredit.

Sebagai salah satu institusi perbankan pemerintah, PT Bank BNI (Persero) Tbk. melalui salah satu divisinya yaitu Divisi Bisnis Kartu mencoba masuk ke industri kartu kredit pada bulan Oktober 1997 dengan produk pertamanya adalah BNI MasterCard. Pertumbuhan di sektor industri kartu kredit ini yang dari tahun ke tahun semakin meningkat serta tingginya respon konsumen terhadap Kartu Kredit BNI mendorong BNI Card Center untuk menerbitkan kembali BNI Visa pada bulan April 1999. Sampai dengan akhir tahun 2005 prestasi BNI Card Center adalah sebagai nomor dua Credit Card Issuer di Indonesia, nomor satu Visa Classic Issuer di Indonesia, dan nomor dua visa Gold issuer di Indonesia.

Kesuksesan bisnis di industri kartu kredit ini tidak hanya ditunjukkan dengan peningkatan jumlah pemegang kartu saja namun didukung juga oleh jumlah transaksi penggunaan atau pemakaian (usage) yang dilakukan oleh para pemegang kartu kredit. Oleh karena itu untuk tetap dapat unggul di bisnis kartu kredit maka seluruh issuer harus saling berlomba untuk menciptakan berbagai macam fitur produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pemegang kartu kredit sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan jumlah transaksi usage sekaligus meningkatkan loyalitas pemegang kartu kredit.

Keinginan untuk selalu memberikan yang terbaik bagi konsumen yang salah satunya tercermin dari penawaran berbagai fitur produk kartu kredit yang mampu menarik para pemegang kartu kredit untuk bertransaksi, seringkali memerlukan biaya yang tidaklah kecil. Dengan segala keterbatasan sumber daya

yang dimiliki, perusahaan dituntut untuk lebih fokus memikirkan suatu cara dalam mencapai target perusahaan dengan biaya serendah mungkin tanpa mengorbankan kualitas produk dan layanan. Outsourcing merupakan salah satu cara agar perusahaan dapat tetap fokus pada bisnis intinya dengan mengalihkan sebagian atau seluruh pekerjaan kepada pihak lain di luar perusahaan. Dengan cara ini diharapkan perusahaan mendapatkan penghematan biaya dalam melaksanakan fungsi bisnis tertentu yang bukan termasuk kompetensi inti sehingga hasil dari penghematan tersebut dapat dipergunakan untuk pengembangan dan penciptaan fitur-titur produk baru.

*These days credit card has been a part of many people who live in the city. In the past, debt was considered as something disgraceful, but now debt could put someone on a higher social status than people from other economic levels. Credit card holders feel privileged because they are positioning themselves as a group of people trusted by banking institutions. It is showed by the availability of many types of credit cards from various issuers when they are doing transactions. The real functions of a credit card are as, a transaction tool and to make things easier for consumers because they do not have to bring a large amount of money in their pockets.*

The number of credit card users in Indonesia showed a significant increase especially when there was a banking deregulation by The Minister of Finance with the Decree No. 1251/KM.031/1998 on 20 December 1998 that grouping credit card business as a part of financing service business to buy goods and services. In 2006, credit card's growth is estimated between 20-30% annually with the number of holders up to 6.5 million and the transaction value at Rp55.29 billion. This growth is related to the simplicity and the attractive rewards proposed by the issuers, and also the increasing number of merchants accepting credit card payment.

As one of government banking institution, PT Bank BNI (Persero) Tbk-through one of its division which is Credit Card Division-tried to enter the credit card industry in October 1997 with BNI MasterCard as its first product. The increasing annual growth of credit card industry and the high consumer respond to BNI credit card drove BNI Card Center to issue BNI Visa in April 1999. By the end of 2005 BNI Card Center achieved the second position in Credit Card Issuer, the first position in Visa Classic Issuer, and the second position in Visa Gold Issuer in Indonesia.

The achievement in the credit card industry is not only described in the increasing number of cardholders but also supported by the number of transactions or usage done by the cardholders. All credit card issuers should be competing to keep up their excellent performance in credit card business by creating various product features suitable with consumers/ credit card holders' wants and needs, therefore at the end will be able to increase the number of usage transaction and cardholders' loyalty.

The desire to always give the best for the consumers which it's reflected in ability to offer various product features that can attract cardholder's transactions or usage, frequently requires more budgets. With limited sources, a company demanded to be more focus in finding out a way to achieve the company's target with the lowest budget without sacrificing the product quality and services. Outsourcing is one of the way for a company to focus in its core business with giving up some or all of the company's activities to the third party outside the company. It is expected that the company could make cost efficiency in executing certain

business functions that are not related to its core competence. Therefore the result from the efficiency could be used to develop and create new product features.</i>