

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memiliki kartu kredit bisa jadi merupakan sebuah prestise di kalangan masyarakat. Ada yang menilai kekayaan seseorang bisa dihitung dengan jumlah kartu kredit yang dimiliki serta besarnya batasan kartu kredit tersebut. Anggapan ini tidak memberi jaminan bahwa kartu kredit adalah tolak ukur kekayaan seseorang. Ada juga orang kaya yang tidak punya kartu kredit

Namun ternyata trend tersebut telah bergeser, Bank Indonesia (BI) mengungkapkan pengguna kartu kredit menurun sebanyak 212.874 nasabah selama sebulan. Hingga Agustus 2011 pengguna kartu kredit tercatat sebanyak 14.166.928 nasabah.

Demikian disampaikan oleh Direktur Direktorat Sistem Pembayaran Bank Indonesia Ronald Waas di Gedung Bank Indonesia, Jalan MH Thamrin, Jakarta, Rabu (12/10/2011). "Pengguna kartu kredit di Agustus 2011 sebanyak 14.166.928 menurun dibandingkan pada bulan Juli 2011 yang mencapai 14.379.802 nasabah,"¹.

Sedangkan untuk pengguna kartu debit dan ATM, Ronald mengatakan penggunaanya justru meningkat selama sebulan belakangan. BI mencatat jumlah pengguna kartu debit di Agustus 2011 mencapai 59.490.361 orang. "Sebelumnya

¹www.infobank.com Diakses 1 November 2011

di Juli 2011 hanya sebanyak 58.195.742 orang. Jadi mengalami peningkatan hingga 1,29 juta orang,"².

Dewan Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (AKKI) Dodit Probojakti³ mengatakan penurunan jumlah kartu kredit ini lebih bersifat temporary alias sementara."Karena customers ingin mengkonsolidasikan kartu-kartu pembayarannya, tetapi dari sisi nilai transaksi atau jumlah belanja mereka meningkat,"

Menurut Dodit, jumlah kartu kredit tumbuh 9% secara *year on year* sedangkan nilai transaksi tumbuh 14%. "Atau rata-rata Rp 15 triliun per bulan. Sementara itu, nilai *outstanding balance* tumbuh 11% menjadi sekitar Rp 40,5 triliun pada Agustus 2011,

Penurunan penggunaan kartu kredit ini dapat disebabkan oleh berbagai factor diantaranya adalah menurunnya kemampuan seseorang dalam membayar hutang kartu kredit, factor psikologis, factor lingkungan dan factor kualitas pelayanan dan yang pasti adalah nasabah tidak loyal terhadap bank tersebut.

Dari hasil survey Indonesian Bank Loyalty Index 2010 untuk kategori kartu kredit menghadirkan banyak kejutan baru. Di antaranya, imperium bank asing mendapat perlawanan sengit dari bank lokal.

²www.bi.go.id, diunduh 8 November 2011

³WWW. Info bank.com diakses 1 November 2011

Di dalam Indonesian Banking Loyalty Index (IBLI) 2010 untuk kategori kartu kredit, selisih *customer loyalty index*-nya dengan Bank Mandiri ternyata terpaut sangat tipis, yakni 0,2.

Dari latar belakang diatas terlihat bahwa semakin hari pertumbuhan kartu kredit yang terus berkurang dan bergesernya loyalitas nasabah kartu kredit merupakan sebuah fenomena yang menarik untuk diteliti sehingga peneliti akan mencoba untuk menganalisis factor – factor manakah yang mengakibatkan seseorang berhenti menggunakan kartu kredit BCA.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Melihat semakin besarnya persaingan dalam merebut pasar kartu kredit maka terdapat beberapa masalah yang saat ini dihadapi oleh bank yaitu :

- a. Bunga kartu kredit yang dirasa cukup tinggi
- b. Semakin banyaknya bank yang menawarkan kartu kredit
- c. Semakin tingginya kesadaran orang untuk tidak menggunakan kartu kredit
- d. Terdapat berbagai pengalaman buruk sehubungan dengan penggunaan kartu kredit
- e. Penawaran yang begitu beragam dari masing – masing kartu kredit

2. Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti maka penelitian ini hanya akan membahas dimensi *tangible*, *emphaty*, *responsiveness*, *assurance* dan *reliability* dan promosi serta *non loyalty customer*.

Penelitian akan diadakan untuk para nasabah yang berhenti menggunakan kartu kredit BCA di wilayah Daan Mogot.

C. Rumusan Masalah

Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah dimensi *emphaty*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, dan *tangible*, adalah dimensi dalam memutuskan untuk berhenti menggunakan kartu kredit BCA
2. Dimensi apa yang paling menentukan membuat nasabah memutuskan untuk berhenti menggunakan kartu kredit BCA ditinjau dari *emphaty*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, dan *tangible*

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis dan praktis:

1. Untuk mengetahui apakah dimensi *emphaty*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, dan *tangible*, adalah dimensi dalam memutuskan untuk berhenti menggunakan kartu kredit BCA

2. Untuk mengetahui dimensi apa yang paling menentukan membuat nasabah memutuskan untuk berhenti menggunakan kartu kredit BCA ditinjau dari *emphaty, assurance, reliability, responsiveness, dan tangible*

E. Manfaat Penelitian

1. BCA

Memperjelas factor – factor yang menyebabkan seseorang berhenti menggunakan kartu kredit agar dimasa mendatang BCA dapat melakukan tindakan pencegahan

2. Penulis

- a. Sebagai suatu eksperimen yang dapat dijadikan sebagai salah satu acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.
- b. Dapat menambah wawasan dan pengalaman baru yang nantinya dapat dijadikan modal dalam meningkatkan proses belajar sesuai dengan disiplin ilmu penulis.

3. Bagi Fakultas / Universitas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai Masukan atau sumbangan pemikiran yang konstruktif bagi civitas akademika.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan dan pemahaman secara menyeluruh tentang skripsi ini, maka sistematika laporan dan pembahasannya telah disusun sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang membahas berbagai gambaran singkat dan mencapai tujuan penulisan yang meliputi: latar belakang Masalah, rumusan Masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II LANDASAN TEORI

Berisikan kajian pustaka yang terdiri dari kajian penelitian terdahulu dan kajian teoritis membahas tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan dalam membahas hasil penelitian. Adapun teori-teori tersebut terdiri dari teori bauran pemasaran yang meliputi pengertian bauran pemasaran dan unsur-unsur bauran pemasaran , dan teori kepuasan konsumen

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang metodologi penelitian yang meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, prosedur

pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV PROFIL OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini berisikan selintas mengenai BCA, produk-produk kartu kredit yang dimiliki oleh BCA dan keunggulan dari produk yang ditawarkan

Bab V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang paparan data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab VI KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan kesimpulan dari seluruh rangkaian pembahasan, baik dalam bab pertama, kedua, ketiga maupun keempat. Kemudian dilanjutkan dengan memberikan saran.