



INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah menyusun rumusan strategi bersaing Kartu Kredit BNI segmen premium guna menjadi market leader pada tahun 2013, dengan mengetahui faktor-faktor kunci yang menjadi daya saing kartu kredit segmen premium pada industri kartu kredit di Indonesia serta factor-faktor yang menjadi pendorong bagi daya saing Kartu Kredit BNI di segmen premium untuk menjadi market leader pada industri kartu kredit di Indonesia tahun 2013.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode analisis kualitatif. Untuk menyusun rumusan strategi bersaing Kartu Kredit BNI segmen premium untuk menjadi market leader di industri kartu kredit pada tahun 2012 melalui analisis makro dengan pendekatan PEST dan analisis persaingan industri dengan menggunakan Lima Kekuatan Persaingan (*Five Competitive Forces Analysis*) dari Porter. Selanjutnya untuk mengetahui posisi daya saing Kartu Kredit BNI segmen premium pada industri kartu kredit di Indonesia digunakan metoda analisis Competitive Profile Matrix (*CPM*) yang akan membandingkan daya saing Kartu Kredit BNI segmen premium dengan pesaing terdekatnya dan rumusan strategi bersaing Kartu Kredit BNI segmen premium adalah hasil analisis makro (eksternal) dan internal (persaingan industri) yang dianalisis menggunakan analisis SWOT serta Strategi Bersaing Generic dari Porter yang terdiri dari diferensiasi, kepemimpinan biaya dan focus serta inovasi dari BNI Card Center.

Dari rumusan strategi bersaing Kartu Kredit BNI segmen premium guna menjadi market leader pada tahun 2013, BNI Card Center masih memiliki potensi untuk menjadi market leader melalui strategi focus dengan berbasis diferensiasi dengan keunggulan yang telah dimiliki seperti loyalitas nasabah, menggali database internal dan perlunya kerjasama dengan merk-merk ternama untuk memperkuat posisi sebagai kartu kredit premium sehingga meningkatkan daya saing Kartu Kredit BNI segmen premium. Hal lain adalah dibuktikannya berbagai penghargaan yang diterima oleh BNI Card Center sebagai bentuk positif atas hasil dari berbagai strategi bersaing yang telah dilakukan BNI Card Center dalam industri kartu kredit nasional. Dari hasil analisis SWOT dan Porter's Generic Strategy dihasilkan beberapa usulan strategi bersaing/bisnis yang dapat dilakukan BNI Card Center

Kata kunci: *Kartu Kredit BNI segmen premium, market leader, daya saing kartu kredit segmen premium, analisis PEST, analisis CPM, SWOT dan strategi bersaing Porter.*



ABSTRACT

The purpose of this study is to formulate competitive strategy BNI Credit Card premium segment to become the market leader in 2013, with the key factors determine the competitiveness of the premium segment of the credit card in the credit card industry in Indonesia as well as the factors that pushed for BNI Credit Card competitiveness in the premium segment to become the market leader in the credit card industry in Indonesia in 2013.

The research method used is the method of qualitative analysis. In order to formulate competitive strategy BNI Credit Card premium segment to become the market leader in the credit card industry in 2012 through a PEST analysis and a macro approach and industry competition analysis using the Five Power Competition (Five Competitive Forces Analysis) of Porter. Furthermore, to determine the competitive position of Credit Card BNI premium segment in the credit card industry in Indonesia used analysis methods Competitive Profile Matrix (CPM) which will compare the competitiveness of Credit Card BNI premium segment with its nearest competitor and competitive strategy formulation Credit Card BNI premium segment is the result analysis of the macro (external) and internal (competitive industries) were analyzed using the SWOT analysis and Generic Competitive Strategies of Porter consisting of differentiation, cost leadership and focus and innovation of BNI Card Center.

Competitive strategy formulation Credit Card BNI premium segment to become the market leader in 2013, BNI Card Center still has the potential to become a market leader through a strategy of differentiation based focus with the excellence that has been owned as customer loyalty, internal database and explore the need for cooperation with the wellkwon brand to strengthen its position as a premium credit cards that enhance the competitiveness of the premium segment BNI Credit Card. Another thing is various awards that received by BNI Card Center as a positive results of the various competing strategies that have been done BNI Card Center in the national credit card industry. From the results of the SWOT analysis and Porter's Generic Strategy produced some of the proposed competitive strategy.

Keywords: Credit Card BNI premium segment, market leader, the competitiveness of the premium segment of the credit card, PEST analysis, CPM analysis, SWOT and Porter's competitive strategy.