

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia meluncurkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), sebagai salah satu realisasi gerakan non tunai. Gerakan ini bertujuan mengajak masyarakat Indonesia mengalihkan kebiasaan bertransaksi menggunakan uang tunai menjadi non tunai. Akibat dari program dari Bank Indonesia dan perkembangan bisnis dari sektor perbankan yang semakin besar, banyak lembaga perbankan menawarkan produk-produk menarik, kartu kredit adalah salah satu produknya. Namun masih banyak orang yang menggunakan uang tunai untuk melakukan transaksi. Tercatat pada 1 Januari sampai dengan 31 Desember 2018 masyarakat menggunakan uang tunai sebanyak 12.243 triliun sedangkan masyarakat yang menggunakan kartu kredit hanya sebesar 376.295.000. Bulan Januari sampai dengan 31 Desember 2019 transaksi uang tunai yang digunakan sebanyak 10, 256 triliun dan masyarakat yang menggunakan kartu kredit sebanyak 363.414.000. (www.bi.go.com, 2014)

Seiring dengan perkembangan teknologi perbankan kartu kredit telah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Kartu kredit secara perlahan telah mengambil alih fungsi uang kertas dan uang logam sebagai alat pembayaran. Kartu kredit juga dinilai sangat efektif, efisien,

praktis, mudah, dan cepat ketika digunakan dalam setiap transaksi dimanapun dan kapanpun. Di Indonesia terdapat banyak Bank dan Lembaga Finansial yang memberikan layanan pembuatan kartu kredit (www.bi.go.com, 2014)

Berikut adalah data Bank yang mengeluarkan kartu kredit yang tercatat di Bank Indonesia (BI).

Tabel 1
Daftar Bank Yang Mengeluarkan Kartu Kredit

No	Nama Penerbit	No	Nama Penerbit
1	BANK ANZ INDONESIA	13	BANK RAKYAT INDONESIA
2	BANK BUKOPIN	14	BANK PERMATA.Tbk
3	BANK ICB BUMIPUTERA.Tbk	15	CITIBANK
4	BANK CENTRAL ASIA.Tbk	16	BANK CORP
5	BANK CIMB NIAGA.Tbk	17	BANK OCBC NISP.Tbk
6	BANK DANAMON	18	STANDARD CARTERED.Tbk
7	BANK ICBC INDONESIA	19	BANK OUB INDONESIA
8	BANK MAYBANK INDONESIA	20	BNI SYARIAH
9	BANK MANDIRI.Tbk	21	BANK SINARMAS
10	BANK MEGA.Tbk	22	AEON CREDIT SERVICES
11	BANK NEGARA INDONESIA	23	BANK QNB KESAWAN
12	PAN INDONESIA BANK LTD.Tbk		

Sumber : www.bi.go.co.id

Dari tabel 1 tercatat ada 23 Bank, yang mengeluarkan kartu kredit. Ada lima Bank yang performanya paling besar adalah Bank BCA, Bank Mandiri, BNI, Citibank, dan Bank Mega.

Kartu kredit telah menjadi penting dikalangan masyarakat bukan karna semua orang memilikinya, namun dijamin ini kartu kredit sudah jadi sesuatu yang harus dimiliki, seolah kalau tidak memiliki kartu kredit, akses kita akan serba terbatas, baik dalam gaya hidup ataupun kebutuhan kartu kredit. Berikut tabel perbandingan memiliki kartu kredit dibanding kartu non tunai lain.

Tabel 2
Perbandingan Kartu Kredit Dan Kartu Non Tunai Lain

Kartu Kredit	Kartu Non Tunai Lain
1.Banyaknya potongan harga dan cashback 2.memudahkan pembayaran situs belanja online 3.Lebih mudah transaksi diluar negeri 4.Pembayaran dapat dicicil	1.Lebih mudah mendapatkan uang tunai 2.Tidak berhutang 3.Bisa melakukan transaksi dalam jumlah besar

Sumber : www.cermati.com

Dari tabel 2 diatas terlihat perbandingan kartu kredit lebih menguntungkan dibanding kartu non tunai lainnya baik dalam gaya hidup ataupun kebutuhan pemegang kartunya.

Dalam persaingan di dunia bisnis perbankan yang semakin kompetitif dengan banyaknya jumlah bank yang berdiri saat ini, terdapat beberapa alasan yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk menjadi nasabah pada suatu bank yang menjadi pilihan tersebut. Alasan tersebut salah satunya karena berbagai macam produk yang bervariasi yang ditawarkan oleh suatu bank. Dengan pengembangan ini maka konsumen

akan dihadapkan pada pilihan produk yang lebih banyak dan beragam. Dengan demikian perusahaan yang inovatif dengan produk yang beragam akan memberikan nilai bagi konsumen. Ada beberapa yang dapat mempengaruhi seseorang mempunyai minat dalam menggunakan kartu kredit diantaranya adalah inovasi produk dan gaya hidup. Berikut adalah tabel inovasi produk yang dilakukan oleh lima Bank besar yang mengeluarkan kartu kredit yang ada di Indonesia.

Tabel 3
Bank, Produk dan Promosi

Nama Bank	Produk	Promosi
Bank BCA	Everyday Card	SPBU Cashback 5%
	BCA Indomart	Bekerjasama dengan Indomart, fasilitas cicilan
		Fasilitas Cicilan 0,5% dengan tenor 12 bulan minimal transaksi 500Rb
Bank Mandiri	SKYZ Card	Double fiesta setiap transaksi senilai 20Rb, e-voucher Traveloka Senilai 500Rb bagi pemegang SKYZ Card
	Mandiri Signature	Asuransi kecelakaan Nilai pertanggungan sampai 1 miliar
		e-voucher Traveloka Senilai 500Rb bagi pemegang SKYZ Card
Bank BRI	BRI Touch	Disc hingga 70% diberbagai merchant ternama seperti, Nike, Erafone, dan sebagainya
		OYO Hotel Disc 100Rb
Bank BNI	BNI Silver	Disc 50% di Gramedia dll
Bank Mega	Carrefour Mega Card	Disc 10% di seluruh Carrefour dan Transmart
		Disc hingga 50% di Coffe Bean, Baskin Robbin dll

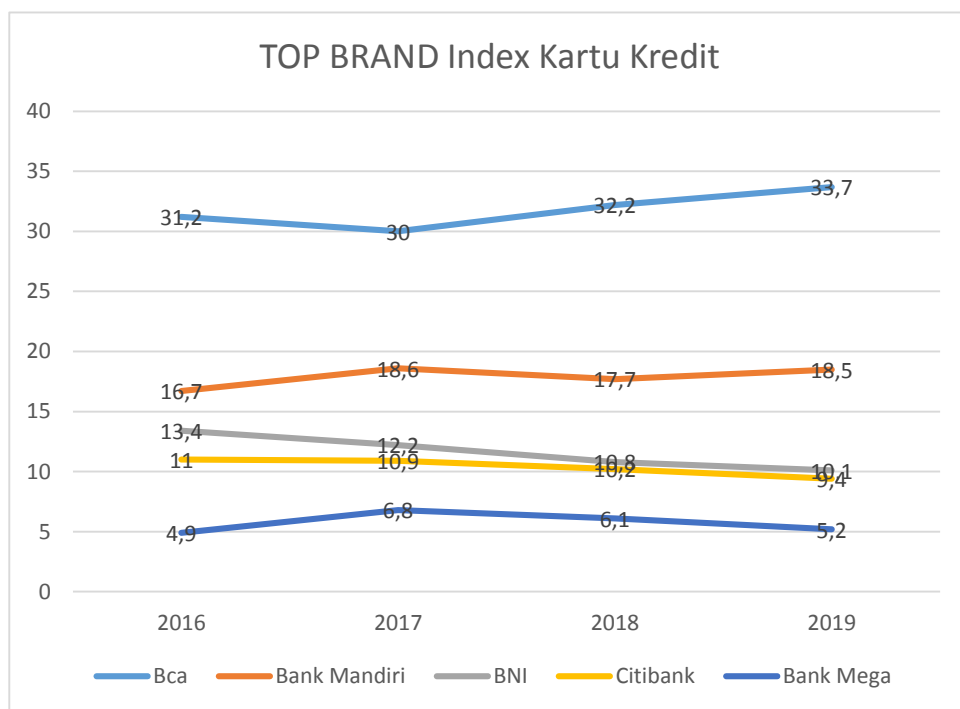
Sumber : Ulfa Langit, 2019

Dari tabel 3, diatas dapat diketahui bahwa setiap Bank memiliki produk dan promosi yang sama tujuannya untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Bank yang memiliki inovasi produk lebih beragam lah yang akan menjadi minat lebih bagi konsumennya.

Tahun 2019 merupakan tahun yang penuh tantangan dimana perekonomian global sepanjang 2019 semakin tidak ramah. Pada saat yang sama, digitalisasi ekonomi dan keuangan semakin marak dengan segala mamfaat dan resikonya. Untuk memperkuat ketahanan dan mendorong pertumbuhan ekonomi menuju Indonesia maju, ditengah memburuknya ekonomi global dan meningkatnya digitalisasi Bank Indonesia merespon dengan tiga kata kunci, yaitu Sinergi, Transformasi dan Inovasi. Tema ini menggambarkan Sinergi bauran kebijakan yang makin kuat antara Pemerintah, Bank Indonesia, dan otoritas lainnya untuk mempertahankan stabilitas perekonomian dan sistem keuangan serta mendorong momentum pertumbuhan ekonomi. Bank Indonesia terus melanjutkan Transformasi internal secara menyeluruh dan senantiasa melakukan Inovasi dalam melaksanakan tugas untuk mencapai Visi dan Misi ditengah dinamisnya perubahan. Pada akhir 2019 Bank Indonesia memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2020 akan meningkat, perkiraan ini dipengaruhi oleh optimisme pemulihan ekonomi global dan perbaikan harga komoditas yang diperkirakan perbaikan kinerja ekspor dan investasi. Pasca merebaknya Covid 19 di Tiongkok pada Februari 2020, Bank Indonesia

memperkirakan prospek ekonomi domestik sedikit menurun (www.bi.go.com, 2014)

Tantangan yang dihadapi perbankan nasional cukup berat. Pandemi global Covid-19 yang melanda sebagian negara didunia secara tidak langsung telah berdampak besar bagi sejumlah aspek. Mulai dari lingkungan ekonomi dan sosial. Dalam hitungan bulan, virus Corona telah mengubah cara hidup dan kondisi masyarakat dunia khususnya di Indonesia (www.bi.go.com, 2014). Berikut adalah grafik Top Brand pertumbuhan kartu kredit dari tahun 2016 hingga 2019.



Sumber : Dari berbagai sumber

Gambar 1
Pertumbuhan Kartu Kredit

Dari gambar 1 grafik Top Brand pertumbuhan kartu kredit, Bank BCA menunjukkan kepemimpinannya dengan meraih pertumbuhan paling tinggi. Bahkan angkanya pun cukup jauh diatas pertumbuhan kartu kredit lain. Data Top Brand juga menunjukkan performa kartu kredit Citibank yang cenderung menurun. Bahkan di tahun 2019, kartu kredit yang dianggap sebagai pionir kartu kredit sebagai gaya hidup dan simbol status ini harus mengakui kekuatan Bank BCA, Bank Mandiri, dan BNI dalam kemampuan cross sellingnya.

Sementara Bank Mega sebagai pemain yang tergolong baru, pada tahun 2019 mengalami penurunan dengan total pertumbuhan 5,2% yang tahun sebelumnya sebesar 6,1%. Bank Mega memang harus melakukan strategi akuisisi yang agresif untuk meningkatkan jumlah penggunaanya.

Penelitian yang dilakukan (Nubli, 2014) mengemukakan bahwa pengembangan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Inovasi produk sangat erat kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan penjualannya. Dengan melakukan inovasi produk maka peluang perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru akan semakin besar. Bila pelanggan bertambah maka penjualan akan semakin besar.

Dalam hal ini, produk dari *costumer banking* dapat dibedakan menjadi dua bagian penting, yaitu produk dana dan produk kredit. Kedua produk ini merupakan alternatif pilihan karena kedua produk tersebut merupakan dasar keinginan nasabah. Berikut ini merupakan data jumlah

nasabah Bank Mega untuk cabang Bogor berdasarkan produk kartu kredit yang ditawarkan.

Tabel 4
Jumlah Nasabah Menurut Produk

NO	PRODUK	TOTAL ACCOUNT					
		2017		2018		2019	
		Penjualan	Target	Penjualan	Target	Penjualan	Target
1	TRAVEL	192	223	201	228	215	240
2	PLATINUM	369	428	426	484	496	554
3	GOLD	825	957	903	1.026	925	1.033
4	CAREFOUR	476	552	610	623	764	853
	TOTAL	1862	2160	2140	2361	2400	2680

Sumber : Bank Mega cabang Bogor data yang di olah, 2020

Dari tabel 4 terlihat penjualan terendah pada tahun 2017, dan terus meningkat sampai dengan tahun 2019 sebanyak 2400 nasabah. Pencapaian nasabah tersebut masih jauh dari yang diharapkan dari Bank Mega cabang Bogor pada tahun 2017 hanya mampu mendapatkan nasabah 35,8% dari yang ditargetkan. Tahun 2018 hanya mencapai 45,2% dari target. Tahun 2019 hanya mencapai 52,9%. Menurut peneliti, PT. Bank Mega Tbk, cabang Bogor perlu melakukan inovasi produk dan memenuhi kebutuhan para konsumen yang akan menjadi nasabahnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **Pengaruh Gaya Hidup dan Inovasi Produk Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Pada PT. Bank Mega Tbk, Cabang Bogor.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dalam rangka pencapaian tujuan memperoleh hasil penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan, setiap perusahaan akan melakukan berbagai usaha selektif dan seefisien mungkin serta tidak melanggar peraturan pemerintah. Usaha perusahaan dalam pencapaian tujuan tersebut adalah melaksanakan inovasi produk, namun seringkali mendapatkan masalah, baik masalah yang sudah diprediksikan maupun masalah yang datangnya tak terduga. Agar tidak menimbulkan akibat yang berlarut-larut dan menimbulkan masalah baru, masalah tersebut harus diselesaikan sesegera mungkin.

1. Banyak pesaing dibidang sejenis yang menawarkan produk lebih menarik dari produk kartu kredit Bank Mega.
2. Melemahnya kondisi ekonomi di Indonesia sehingga keputusan menggunakan kartu kredit Bank Mega semakin sedikit.
3. Pencapaian Nasabah kartu kredit Bank Mega Cabang Bogor masih jauh dari yang diharapkan.
4. Berdasarkan TOP BRAND Index Kartu Kredit Bank Mega masih berada di peringkat ke-5..

C. Batasan Masalah

Banyak sekali permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini. Namun penulis perlu membatasi masalah yang lebih terperinci agar penelitian ini lebih terfokus, yaitu meliputi pengaruh gaya hidup, inovasi

produk dan keputusan menggunakan kartu kredit Bank Mega Tbk. Cabang Bogor

D. Rumusan Masalah

Adapun masalah penelitian yang bisa dikembangkan adalah:

1. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Cabang Bogor ?
2. Apakah ada pengaruh inovasi produk terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Cabang Bogor ?
3. Apakah gaya hidup dan inovasi produk berpengaruh secara bersama terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega Cabang Bogor ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega cabang Bogor.
2. Untuk mengetahui ada pengaruh inovasi produk terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega cabang Bogor.
3. Apakah gaya hidup dan inovasi produk berpengaruh secara bersama terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit Bank Mega cabang Bogor?

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar yang objektif dalam mengambil keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah - langkah yang akan dilakukan perusahaan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan penulis dibidang pemasaran, khususnya pemasaran mengenai pengaruh gaya hidup dan inovasi produk terhadap keputusan nasabah menggunakan kartu kredit. Selain itu penulis diharapkan mengetahui masalah yang dihadapi oleh perusahaan dengan menghasilkan teori - teori yang telah didapat di bangku kuliah.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan disusun berdasarkan sistematika pembahasan masing-masing bab demi bab yang diuraikan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, mamfaat penelitian dan sistematika penelitian.

2. BAB II STUDI PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian, pengaruh gaya hidup dan inovasi produk terhadap keputusan konsumen, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, aspek-aspek yang diteliti, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yaitu pengaruh gaya hidup dan inovasi produk terhadap keputusan nasabah.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran bagi