

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Akhir-akhir ini dunia perbankan Indonesia banyak mengalami perkembangan yang pesat sejak diberlakukannya kebijakan baru di dalam dunia perbankan dengan dikeluarkannya Paket Kebijakan 27 Oktober 1988.

Dengan adanya deregulasi perbankan yang dikeluarkan oleh pemerintah tersebut memberikan keleluasaan usaha perbankan untuk memobilisasi dana masyarakat. Maka kegiatan-kegiatan bank di Indonesia, khususnya bank-bank swasta telah berkembang dengan pesat. Dengan deregulasi perbankan tersebut pemerintah telah memberikan kemudahan dalam pendirian bank-bank baru baik swasta nasional maupun asing, termasuk kemudahan pembukaan cabang-cabangnya. Adanya deregulasi ini mendorong persaingan antar bank. Bank-bank yang bekerja secara efisien dan profesional akan mampu berkembang dengan baik. Dengan kondisi tersebut dapat menyebabkan perubahan kondisi pasar, yaitu dari *seller's market* menjadi *buyer's market*, dimana perkembangan pasar dikuasai oleh pembeli, dalam hal ini para nasabah bebas untuk memilih produk-produk yang mereka inginkan dan bank mana yang mereka percaya untuk menginvestasikan dananya. Dalam *buyer's market*,

perilaku perusahaan perbankan berorientasi kepada pembeli/nasabah dengan menitik beratkan pada pelayanan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Untuk mengantisipasi keadaan tersebut, maka timbul perubahan strategi yang ditetapkan oleh kalangan dunia perbankan, misalnya lebih agresifnya bank-bank untuk menawarkan produk produk yang inovatif dan kreatif dalam merangsang minat masyarakat untuk menjadi nasabahnya.

Bank Lippo adalah salah satu contoh bank swasta yang agresif mengikuti dinamika akibat deregulasi tersebut. Bank Lippo dengan cepat membuka cabang-cabang baru di seluruh Indonesia. Jaringan yang luas diseluruh Indonesia adalah merupakan nilai lebih Bank Lippo dibanding pesaing. Dengan jaringan yang luas, nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi, baik di Jakarta maupun di seluruh propinsi di Indonesia. Sampai saat ini jumlah kantor Bank Lippo telah mencapai 356 kantor yang tersebar di seluruh Indonesia dan 147 diantaranya berada di Jakarta. Cabang cabang tersebut tersebar baik di daerah pemukiman maupun daerah perdagangan. Dengan jumlah cabang yang besar dan tersebar tersebut diharapkan dapat dengan mudah menarik dana masyarakat, terutama dari tabungan. Untuk itu produk yang ditawarkan, antara lain tabungan, harus selalu dikembangkan agar dapat memuaskan keinginan nasabah. Salah satu tabungan dari bank Lippo yang terus dikembangkan adalah Star card. Berbagai fasilitas, kemudahan dan hadiah menarik selalu ditawarkan. Fasilitas yang diberikan antara lain dengan menggunakan teknologi tinggi yaitu sistem *on line* dengan semua cabang-cabangnya sehingga memudahkan nasabahnya untuk

bertransaksi. Disamping itu juga diberikan fasilitas *Automated Teller Machine*, yang banyak tersebar baik di Jakarta maupun di daerah sehingga memudahkan nasabahnya untuk mengambil uang tunai setiap saat. Hadiah menarik yang diberikan antara lain berupa undian berhadiah maupun hadiah langsung setiap kartu Star Card tersebut dipakai. Namun sejak akhir tahun 1997 permintaan atau jumlah dana yang dapat dihimpun terus menurun. Hal ini yang menarik perhatian penulis untuk menganalisa tabungan dengan fasilitas Star Card ini. Selanjutnya analisa difokuskan pada kegiatan promosi dan training yang dianggap berpengaruh terhadap pertumbuhan dana yang dapat dihimpun. Atau dengan kata lain, analisa dibatasi hanya dari pengaruh faktor promosi dan kegiatan training.

## B. PENGERTIAN STAR CARD

Bank Lippo merupakan suatu Bank yang berusaha memenuhi segala macam kebutuhan jasa perbankan dengan lengkap sehingga mempunyai semboyan sebagai *One stop banking*. Diharapkan dengan hanya mengunjungi Bank Lippo segala macam urusan perbankan telah diselesaikan, tidak perlu lagi pergi ke Bank lain untuk keperluan jasa lainnya. Dari jenis produk *saving*, Bank Lippo menawarkan produk yang dilengkapi dengan kecanggihan teknologi dan komunikasi, yaitu dengan menggunakan *Automated Teller*

*Machine (ATM)*. Fasilitas ini dapat dinikmati jika nasabah menggunakan Star Card.

Bank Lippo sudah sejak bulan Januari tahun 1991 memperkenalkan fasilitas ATM, yaitu pada tabungan yang bernama Lipposavings. Lipposavings mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat cepat. Pada bulan Mei tahun 1994 tabungan tersebut ditambah dengan *benefit* lain yaitu dengan bekerjasama dengan perusahaan lain dan dapat berfungsi sebagai *debit card*, sehingga namanya diubah menjadi Star saving. Penabung Star saving ini memperoleh kartu yang dinamakan Star Card.

Untuk lebih jelasnya, pengertian Star Card adalah kartu yang diterbitkan atas nama pemilik rekening Star saving atau rekening Giro, dimana kartu tersebut berfungsi sebagai alat melakukan transaksi dengan bank dan juga sebagai alat melakukan transaksi dengan *merchant*.

Yang dimaksud dengan *merchant* adalah pengusaha/perusahaan yang bekerja sama dengan Bank Lippo sehingga dapat menerima pembayaran dengan Star Card dan memberikan fasilitas tertentu atas transaksi yang dilakukan dengan menggunakan Star Card.

Dalam kartu Star Card, tertera beberapa logo yang mewakili fasilitas yang diberikan antara lain:

a. Logo Star card.

Berbentuk bintang dengan tulisan STAR ditengahnya, logo ini sebagai tanda dapat berlakunya kartu pada *merchant* dan fasilitas lainnya.

b. Logo Maestro

Berbentuk dua buah lingkaran berwarna hitam dan merah dengan tulisan Maestro ditengahnya. Logo ini merupakan logo Debet Card International yang bernaung dibawah Mastercard International. Fasilitas Maestro ini dapat digunakan sebagai alat untuk berbelanja di seluruh dunia di semua usahawan yang menerima Maestro.

c. Logo Cirrus

Berbentuk dua buah lingkaran berwarna biru tua dan hitam muda dengan tulisan Cirrus di tengahnya. Cirrus merupakan jaringan ATM International yang bernaung dibawah Mastercard International. Fasilitas Cirrus ini dapat dipakai untuk menarik uang tunai di setiap ATM yang memasang logo tersebut.

d. Logo ALTO.

Berbentuk oval dengan tiga warna yaitu merah hitam dan hitam dengan tulisan ALTO di tengahnya. Fasilitas ini merupakan jaringan ATM lokal yang bekerjasama dengan Bank Bali, Bank Internasional Indonesia, Bank Universal, Bank Dharmala, Bank Umum Nasional, Bank Panin, Bank Artha Graha, Bank Danamon, Bank Bukopin, Bank Media, Bank Papan Sejahtera dan Bank Mega. Dengan fasilitas ATM bersama tersebut, pemegang Star Card dapat menarik uang tunai di ATM milik 13 Bank.

Disamping itu juga bekerjasama dengan perusahaan lain, maka dalam penerbitannya, Star card ini dapat dibuat berbagai jenis antara lain: Matahari Star Card, Pizza Hut Star Card, Garuda Star Card, Amcol Star Card, Gramedia Star Card, Amway Star Card dan Hero Star card. Namun fungsinya tetap sama.

Fasilitas *Automated Teller Machine* yang dapat diberikan oleh Star Card sampai saat ini antara lain:

- penarikan tunai dengan maksimal Rp. 3.000.000.- per hari
- cek jumlah saldo rekening
  - perubahan *Personal Identification Number (PIN)*
  - permintaan buku cek atau buku giro baru
- pemindah-bukuan (atas nama pemilik rekening yang sama)
- pembayaran tagihan kartu kredit Bank Lippo

Sebagai alat pembayaran, benefit lain yang diperoleh oleh seorang pemegang Star Card yaitu:

Star card juga berlaku sebagai *discount card* yang berlaku di *merchant* yang bekerja sama dengan Bank Lippo. Besarnya *discount* tergantung dari masing-masing *merchant*. Di luar negeri sampai saat ini *merchant* yang telah bekerja-sama telah mencapai 12 negara.

- Sebagai kartu undian berhadiah. Setiap belanja Rp. 10.000,- dan kelipatannya atau saldo Rp. 10.000,- dan kelipatannya, berhak atas satu

nomor undian. Hadiahnya berupa mobil, barang elektronik dan berupa uang tunai yang diundi 3 bulan sekali.

- *Discount* hari mujur, yaitu belanja gratis senilai jumlah transaksi yang dibelanjakan oleh pemegang kartu pada tanggal tertentu, jika tanggal tersebut terpilih oleh *merchant*. Diberikan dalam bentuk *voucher* dan dilakukan 3 bulan sekali tanpa diundi.

Dengan benefit-benefit yang ditawarkan tersebut di atas, seharusnya Star card dapat berkompetisi dengan *debet card* lain, namun kenyataannya tidak menggembirakan.

### C. IDENTIFIKASI MASALAH

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka penulis ingin meneliti penyebab terjadinya penurunan permintaan atas Star Card sehingga perlu dikaji secara spesifik sub-masalah dibawah ini:

1. Apa penyebab-penyebab penurunan dari permintaan akan Star card, dilihat dari segi pelayanan ATM dan pelayanan di kantor cabang.
2. Apakah ada hubungan antara jumlah dana yang dihimpun melalui rekening Star Card dengan biaya promosi yang telah dikeluarkan ?
3. Apakah ada hubungan antara jumlah dana yang dihimpun melalui rekening Star card dengan frekwensi training yang telah dilakukan ?
4. Bagaimana posisi Star Card dalam *Product Life Cycle* ?

#### D. HIPOTESA

Hipotesa yang dibuat dalam penelitian ini adalah:

1. Ada hubungan antara Jumlah dana tabungan yang dapat dihimpun dengan Biaya promosi yang dikeluarkan.
2. Ada hubungan antara Jumlah dana tabungan yang dapat dihimpun dengan Frekwensi training yang dilakukan kepada staf pemasaran.

Hipotesa yang dibuat tersebut berdasarkan pertimbangan:

1. Promosi merupakan elemen dalam *Marketing Mix*, sesuai dengan teori Philip Kotler<sup>1</sup>. Dengan demikian seharusnya ada kaitan antara kegiatan promosi dengan penjualan yang dalam hal ini adalah jumlah dana yang dapat dihimpun. Maka akan dianalisa pengaruh dan kuat-lemahnya promosi terhadap jumlah dana yang dapat dihimpun.
2. Salah satu tujuan training adalah untuk memberikan kesempatan bagi seseorang untuk meningkatkan *skill*. Hal tersebut dibahas oleh Irwin L. Goldstein and Associates. Dengan demikian training dapat meningkatkan kesempatan bagi seseorang untuk masuk atau beradaptasi ditempat kerja yang lebih kompleks. Dengan meningkatnya skill seseorang (dalam hal ini tenaga pemasaran), diharapkan dapat pula meningkatkan penjualan yang dalam hal ini adalah jumlah dana yang dapat dihimpun. Oleh karena itu,

<sup>1</sup> Philip Kotler, *Marketing Management, Planning and Control*, Prentice Hall, 5\* Edition, page 236

<sup>2</sup> Irwin L. Goldstein and Associates, *Training and Development In Organizations*, Jossey-Bass Publishers, 1991, 1<sup>st</sup> edition, page 1

akan dianalisa bagaimana training dapat berpengaruh terhadap jumlah dana yang dapat dihimpun.

#### E. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini dimaksudkan untuk menganalisa penyebab-penyebab dari kurang berhasilnya pemasaran Star Card. Antara lain, hal ini dilihat dari hubungan antara promosi dan *training* terhadap jumlah dana yang dapat dihimpun. Akan diteliti lebih lanjut apakah promosi dan kegiatan *training* tersebut berpengaruh terhadap pertumbuhan Star Card. Disamping itu untuk memperkuat analisa juga dilihat bagaimana posisi Star Card saat ini dilihat dari segi *Product Life Cycle*. Dengan analisa tersebut diharapkan dapat memberikan masukan yang positif bagi Bank Lippo untuk pemasaran Star card di masa yang akan datang.

#### F. METODE PENELITIAN

Dalam rangka penyusunan thesis ini, penulis mengumpulkan data, mengolah dan menginterpretasikan masalah yang ada dengan cara:

1. Mengadakan survey kepada nasabah, dengan langsung memberikan *auestionaire*. Survey kepada nasabah dilakukan secara random dari 5

cabang yang tersebar di Jakarta. Alasan pemilihan kota Jakarta karena 90% kegiatan Bank Lippo dipengaruhi oleh kota Jakarta, sehingga Jakarta dianggap telah mewakili pendapat nasabah. Lima cabang dipilih berdasarkan lokasi yang berbeda yaitu Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Timur, Jakarta Selatan dan Jakarta Barat sehingga dapat mewakili pendapat nasabah. Maksudnya karena masing-masing wilayah berbeda karakteristiknya seperti Jakarta Selatan mewakili pendapat dari daerah pemukiman sedangkan Jakarta Barat mewakili pendapat dari daerah perdagangan. Dari setiap cabang diambil 100 sample sehingga total responden adalah 500 nasabah. Pengisian kuesioner tidak dikirimkan melainkan langsung diisi di tempat oleh nasabah yang datang ke kantor cabang melalui bantuan *Customer Sales Representatives*. Kuesioner dibuat sederhana berbentuk pilihan berganda (*multiple choice*). Dengan demikian jumlah sample tersebut dapat dipenuhi.

2. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisa untuk melihat hubungan antara variabel dengan menggunakan analisa korelasi dan regresi melalui perhitungan *Minitab*.
3. Riset kepustakaan yaitu dengan mempelajari bahan-bahan kuliah dan *text book* yang berhubungan dengan obyek penelitian.

## G. RUANGLINGKUP DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam pembahasan masalah tersebut, penulis membatasi masalah yaitu hanya menganalisa Star Card yang dipasarkan melalui Tabungan Star Saving. Star Card yang diterbitkan melalui rekening Giro tidak dianalisa karena jumlahnya relatif kecil. Dan variabel yang dianalisa terbatas pada kegiatan promosi dan *training* yang dilakukan oleh bank Lippo. Data yang dianalisa terbatas sejak bulan Januari 1996 sampai dengan Juni 1998. *Sample* yang diambil hanya dari nasabah Bank Lippo yang berada di Jakarta. Dengan demikian hasil kajian ini hanya relevan pada variabel-variabel terkait di atas.

## H. DEFINISI ISTILAH

1. Star Card adalah kartu yang diberikan kepada penabung dimana dapat berfungsi sebagai alat transaksi di bank dan juga sebagai alat transaksi dengan *merchants* tertentu.
2. *Merchant* adalah perusahaan yang bekerja sama dengan Bank Lippo sehingga dapat menerima pembayaran dengan Star Card dan memberikan fasilitas tertentu atas transaksi yang dilakukan.

3. *Customer Sales Representatives* adalah petugas pemasaran di cabang yang melayani kebutuhan nasabah, kecuali kebutuhan yang berkaitan dengan pinjaman.
4. *Customer Response Center* adalah wadah di Kantor Pusat yang berfungsi sebagai pusat informasi dan menangani keluhan-keluhan nasabah.
5. *Debet Card* adalah kartu yang berfungsi sebagai alat pembayaran, dimana dananya langsung diperoleh dari rekening pemegang kartu tersebut.
6. *Personal Identification Number (PIN)* adalah nomor/sandi tertentu yang hanya diketahui oleh pemegang rekening yang digunakan untuk melakukan suatu transaksi.