

STRATEGI PENGEMBANGAN KARTU KREDITDALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CARD CENTER PT BANK CENTRAL ASIA TBK

RINA HERLINA, ROFI'AH, SE, MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2002

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : diverifikasi produk bank

Abstraksi :

Semakin pesatnya perkembangan ekonomi di Indonesia terutama di daerah perkotaan, khususnya Jakarta, dan begitu kompleksnya berbagai transaksi ekonomi yang terjadi, maka sarana untuk biasa berlangsungnya transaksi tersebut sangat diperlukan, salah satunya adalah bank. Diantara banyak bank di Jakarta salah satunya adalah PT Bank Centaral Asia. Produk dan jasa BCA yang ditawarkan diantaranya adalah Transfer Uang, Inkaso, Rekening Tahapan, Tapres (Tabungan prestasi), Giro, Valas , Rekening Dollar BCA dan Kartu Kredit. Dalam penulisan ilmiah ini penulis khusus membahas mengenai pengembangan kartu kredit, stategi yang digunakan dalam hubungannya dengan peningkatan volume penjualan. Dan Kartu Kredit (Credit Card) itu sendiri adalah pembayaran yang boleh di cicil maksudnya pembayaran tersebut dapat diangsur mengikuti prosentase yang telah di tentukan oleh bank yang relatif lebih ringan dan menjadi tidak memberatkan bagi Cardholder itu sendiri dapat mengatur pengeluaran untuk pembayaran kartu kreditnya setiap bulan Untuk mewujudkan sasaran yang hendak dicapai yaitu meningkatkan volume penjualan kartu kredit, maka BCA telah mampu membuat dan menetapkan strategi-strategi diantaranya Penilaian dan Peninjauan pada Nasabah Kartu Kredit, Penetapan Suku Bunga yang lebih rendah dibanding dengan bank-bank lain yang mengeluarkan kartu kedit yang serupa dan membuat program-program fasilitas yang diberikan terhadap berbagai kartu kredit produk BCA.