

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis longevity dan resiliensi kartu kredit dalam menghadapi persaingan dengan produk-produk keuangan inovatif berbasis teknologi, dengan studi kasus pada kartu kredit Bank BRI. Penelitian menggunakan teori Resource-Based View (RBV) sebagai kerangka analisis dan pendekatan kualitatif dengan desain grounded theory. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajemen BRI dan nasabah kartu kredit aktif, serta didukung dengan triangulasi dokumen dan observasi. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak NVIVO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi BRI berfokus pada digitalisasi layanan melalui aplikasi BRImo, perluasan jaringan merchant, program loyalitas (BRI Poin), skema bunga yang kompetitif, fitur contactless, serta layanan pelanggan yang responsif. Faktor kepercayaan terhadap brand BRI, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terbukti menjadi kunci dalam membangun loyalitas dan mempertahankan frekuensi penggunaan kartu kredit. Temuan ini mengindikasikan bahwa inovasi digital dan strategi berbasis pengalaman nasabah mampu memperkuat daya saing kartu kredit di tengah semakin berkembangnya layanan fintech seperti paylater dan pinjaman online. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur manajemen strategi terkait keunggulan kompetitif berkelanjutan serta implikasi praktis bagi pengambil kebijakan dan lembaga keuangan untuk memperkuat inovasi dan strategi retensi nasabah.

Kata kunci: Kartu kredit, Longevity, Resiliensi, Fintech, BRI

