

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syari'ah berdiri dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari *riba* dalam kegiatan muamalahnya. Tidak hanya menghindari *riba*, tujuan didirikan bank syari'ah juga untuk memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah berlandaskan pada Al-Quran dan Hadits.¹ Konsep itulah yang membuat perbankan syari'ah memiliki nilai lebih dibanding perbankan konvensional. Nilai lebih ini terbukti mampu menjadi mesin pendorong yang efektif bagi perkembangan perbankan syari'ah, sebab nilai lebih itu juga menjadi daya tarik tersendiri bagi perkembangan bank syari'ah dimata masyarakat.

Tingginya keinginan masyarakat terhadap bank syari'ah dalam menabung serta pembiayaan membuat bisnis jasa dalam perbankan syari'ah semakin prospektif. Bank syari'ah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi berlandaskan keadilan, kejujuran, kemanfaatan, kebersamaan yang sesuai dengan syari'ah.²

Bank syari'ah memiliki perbedaan operasional yang cukup mendasar dengan bank konvensional dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi. Produk-produk bank syari'ah mempunyai

¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 18.

² Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 25.

kemiripan tetapi tidak sama dengan produk bank konvensional karena adanya pelarangan *riba*, *garar*, dan *maysir*. Prinsip syari'ah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa.³

Perkembangan industri perbankan syari'ah di Indonesia cukup pesat mengingat Bank Indonesia sebagai regulator memberikan perhatian yang serius dalam mendorong perkembangan perbankan syari'ah di Indonesia. Selama periode tahun 2013, jumlah Bank Umum Syari'ah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) sampai dengan Oktober 2013 tidak mengalami perubahan, namun demikian jumlah jaringan kantor meningkat.

Meskipun dengan jumlah BUS (11 buah) maupun UUS (24 buah) yang sama, namun pelayanan kebutuhan masyarakat akan perbankan syari'ah menjadi semakin meluas yang tercermin dari bertambahnya jumlah kantor yang beroperasi sampai dengan bulan Oktober 2012 dibandingkan tahun sebelumnya meningkat dari 1737 kantor menjadi 2.526 kantor.⁴ Bank syari'ah sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan dengan prinsip syari'ah juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai.

³ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 53

⁴ Outlook Perbankan Syariah 2013, "Outreach Perbankan Syariah", dalam <http://www.bi.go.id/outlookperbankansyariah2013>, diakses pada 20 April 2014.

Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.⁵ Berbagai macam strategi pemasaran pun dilakukan untuk menarik minat nasabah. Promosi merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh bank syariah. Tujuan kegiatan promosi adalah untuk memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki, harga, dimana dan cara memperolehnya. Kegiatan promosi menjadi penting apalagi di era keterbukaan informasi ini.

Promosi dapat dilakukan dengan memasang iklan (*advertising*) di media massa, publisitas dan melakukan promosi penjualan.⁶ Selain melakukan promosi, perbankan syariah dalam melakukan kegiatan operasionalnya menggunakan strategi program pemberian hadiah bagi nasabah. Pemberian hadiah memiliki tujuan untuk menarik nasabah agar menabung di bank syariah. Pemberian hadiah tidak hanya bagi nasabah baru, tetapi pemberian hadiah juga untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah yang lama.

Saat ini perbankan syariah telah tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Jaringan kantor semakin bertambah seiring dengan perkembangan perbankan syariah. Dari sekian banyak jumlah kantor

⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Cet. 9, 2010),170-171

⁶ Muchdarsyah Sinangun, *Strategi Manajemen Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994), 276-277.

bank syari'ah yang ada di Indonesia, bank BNI Syari'ah merupakan salah satu dari empat anak perusahaan BNI *Corporate*, selain BNI *Life*, BNI *Multifinance*, BNI *Securities*. Kelahiran BNI Syari'ah ini sendiri dilatarbelakangi oleh adanya permintaan yang semakin besar dari masyarakat yang sebelumnya kebutuhan mereka untuk memperoleh saluran finansial (baik itu investasi maupun pembiayaan) belum terakomodir dengan baik oleh bank konvensional. Bank BNI Syari'ah sebagai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syari'ah Islam, juga tidak mau kalah dalam kancah persaingan yang semakin ketat melalui peningkatan kualitas jasa. Tujuan utama bank adalah menciptakan dan mempertahankan nasabah. Menciptakan nasabah artinya memperoleh nasabah sebanyak mungkin melalui peningkatan kualitas jasa dan produk yang ditawarkan Bank BNI Syari'ah.⁷

Selain meningkatkan kualitas jasa dan produk yang ditawarkan, BNI Syari'ah juga menerapkan strategi promosi agar mampu bersaing dengan bank syari'ah lainnya, yaitu dengan menggunakan strategi program pemberian hadiah. Ada banyak jenis program pemberian hadiah yang ditawarkan oleh BNI Syari'ah, antara lain : Program “Hadiah Cahaya Rejeki Belanja Bulanan”, program “Hadiah Langsung” , program “Hadiah BNI Taplus”, dan program “Hadiah Cahaya Rejeki Hasanah”. Hal ini sebagai bentuk apresiasi kepada loyalitas nasabah dalam mewujudkan totalitas pelayanan yang santun dan amanah bagi

⁷ BNI Syariah, “Kualitas Produk”, dalam <http://www.bnisyariah.co.id/cn/produk/bni-syariah-tabungan>, diakses pada 28 Maret 2014.

nasabahnya.⁸ Program pemberian hadiah di BNI Syari'ah dikhususkan pada produk penghimpunan dana, yaitu tabungan, giro dan deposito.

Adanya program pemberian hadiah di BNI Syari'ah mampu meningkatkan loyalitas nasabah, ini terbukti dari survei yang dilakukan *MarkPlus Insight* pada tahun 2013 yang diberi nama *Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) 2013*. Menurut hasil survei tersebut BNI Syari'ah berada pada peringkat kedua kategori indeks loyalitas nasabah.⁹ Hal ini merupakan prestasi yang membanggakan mengingat pada hasil survei IBLI 2012 BNI Syari'ah berada pada peringkat keempat.¹⁰ Saat ini BNI Syari'ah semakin meningkatkan strategi promosi yang lebih inovatif dalam upaya meningkatkan jumlah loyalitas nasabahnya. Program pemberian hadiah yang dijalankan BNI syari'ah menjadi kontribusi paling penting dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah.¹¹ Pada Agustus 2013 terjadi peningkatan dana tabungan BNI Syari'ah yang semula 3,14 triliun pada Agustus 2014 menjadi 4,45 triliun per Agustus 2013. Peningkatan tersebut karena adanya program hadiah yang

⁸ BNI Syariah, "Program Hadiah BNI Syariah", dalam <http://www.bnisyariah.co.id/en/pers-rilis-bni-syariah-bagi-bagi-rejeki-bulanan>, diakses pada 28 Maret 2014.

⁹ Info Bank News, "Survei IBLI 2013", dalam <http://www.infobanknews.com/program-bank-agar-nasabah-setia/>, diakses pada 7 Mei 2014.

¹⁰ Info Bank News, "Survei IBLI 2012", dalam <http://www.infobanknews.com/program-bank-agar-nasabah-setia/>, diakses pada 7 Mei 2014

¹¹ Info Bank News, "Loyalitas Nasabah BNI Syariah", dalam <http://www.infobanknews.com/=loyalitas+nasabah+BNI+syariah>, diakses pada 7 Mei 2014.

diselenggarakan BNI Syari'ah yaitu program "Hadiah Cahaya Rezeki Hasanah"¹²

Program pemberian hadiah yang digunakan BNI Syari'ah serentak dilaksanakan diseluruh kantor cabang BNI Syari'ah di Surabaya. Salah satunya di kantor BNI Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Ngagel Surabaya. Di BNI Syariah KCP Ngagel menerapkan "Program *Maintenance* Nasabah", yaitu program pemberian hadiah kepada nasabah deposito dengan dana minimal 500 juta. Program ini diberikan secara rutin kepada nasabah yang berulang tahun pada tiap tahunnya. Yang kedua "Program Hasanah Berhadiah", yaitu program hadiah pada produk tabungan dan giro, yang ketiga "Program Cahaya Rezeki Hasanah" dan yang keempat "Program Hadiah Langsung" yang diberikan saat pembukaan rekening baru oleh nasabah.¹³

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan membahas tentang "Analisis Pemberian Hadiah dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas nasabah di BNI Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Ngagel Surabaya".

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, maka masalah yang dapat diidentifikasi pada skripsi yang berjudul

¹² Info Bank News, "Pertumbuhan Tabungan BNI Syariah", dalam <http://www.infobanknews.com/2013/09/cahaya-rezeki-hasanah-bni-syariah-dukungpertumbuhan-tabungan>, diakses pada 7 Mei 2014.

¹³ Khoirunnisa Afif, *Wawancara*, Surabaya, 22 Maret 2014.

“Analisis Pemberian Hadiah dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas nasabah di Bank BNI Syari’ah KCP Ngagel Surabaya ” adalah sebagai berikut:

- a. Strategi Promosi yang dilakukan Bank BNI Syari’ah.
 - b. Penilaian nasabah tentang pemberian hadiah oleh Bank BNI Syari’ah.
 - c. Loyalitas nasabah pada Bank BNI Syari’ah.
 - d. Aplikasi pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah Bank BNI Syari’ah.
 - e. Peran pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah Bank BNI Syari’ah.
2. Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan agar fokus pada permasalahan tertentu. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah aplikasi dan peran program pemberian hadiah untuk meningkatkan loyalitas nasabah Bank BNI Syari’ah di Ngagel Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana aplikasi pemberian hadiah dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BNI Syari’ah KCP Ngagel Surabaya?

2. Bagaimana peran pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah di BNI Syari'ah KCP Ngagel Surabaya?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang diteliti, sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang sedang akan dilakukan ini bukan merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada.¹⁴

Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang penulis lakukan, berikut ada beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini, antara lain karya :

Tyas Purwanti dari jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2013 yang berjudul “ *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Wanita Pekerja Sektor Formal PT. Bank BRI Syariah KC Surabaya Gubeng*” dalam skripsi tersebut membahas mengenai pengaruh strategi pemasaran yang dilakukan PT. Bank BRI Syari'ah KC Surabaya Gubeng terhadap loyalitas nasabah khususnya nasabah wanita pekerja sektor

¹⁴ Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Sunan Ampel, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi*, (Surabaya, 2014), 8.

formal. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kuantitatif, dengan analisis data bersifat kuantitatif/statistik.¹⁵

Berikutnya adalah karya Adi Krismanto yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah*”. Penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah meliputi kualitas layanan, komplain terhadap nasabah, pencitraan bank, serta kepuasan nasabah. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data mempergunakan *Structural Equation Model* dengan program komputer Amos 16.0.¹⁶

Selanjutnya adalah skripsi karya Arya Maman Putra yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BCA Cabang Kanjengan Semarang*”. Skripsi ini membahas mengenai kualitas produk, fasilitas, kualitas pelayanan, dan promosi yang saling berkaitan akan mempengaruhi terhadap tingkat loyalitas nasabah secara parsial dan simultan. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan Alat analisis yang dipergunakan adalah regresi berganda.¹⁷

¹⁵ Tyas Purwanti, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Wanita Pekerja Sektor Formal PT. Bank BRI Syariah KC Surabaya Gubeng” (Skripsi—UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013).

¹⁶ Adi Krismanto, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura” (Tesis--Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang, 2009).

¹⁷ Arya Maman Putra, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BCA Cabang Kanjengan Semarang” (Skripsi--Universitas Diponegoro, Semarang, 2010).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni terletak pada alat analisis dan fokus pembahasan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptik analitik dengan menggunakan metode kualitatif. Titik tekan penelitian ini adalah terfokus pada strategi program pemberian hadiah dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui aplikasi pemberian hadiah dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BNI Syari'ah KCP Ngagel Surabaya.
2. Untuk mengetahui peran pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah di BNI Syari'ah KCP Ngagel Surabaya.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan terhadap dua aspek berikut ini:

1. Aspek teoritis (keilmuan)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi mengenai program pemberian hadiah yang dilakukan oleh bank syari'ah.

2. Aspek praktis

Sebagai pilihan strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah dalam meningkatkan kualitas produk dan loyalitas nasabah bank syaria'ah.

G. Definisi Operasional

Untuk memudahkan dalam memahami skripsi ini, penulis mendeskripsikan beberapa istilah dari judul “Analisis Pemberian Hadiah dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah” antara lain sebagai berikut:

1. Analisis Pemberian Hadiah

Analisis pemberian hadiah adalah proses menggali informasi atau data yang terkait dengan aplikasi dan peran program pemberian hadiah. Dalam penelitian ini, pemberian hadiah merupakan bentuk apresiasi terhadap nasabah Bank BNI Syariah KCP Ngagel.

2. Loyalitas Nasabah

Loyalitas dapat diartikan kesetiaan seseorang atas sesuatu produk baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas nasabah merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan nasabah dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan serta untuk tetap menjadi nasabah dari perbankan

tersebut.¹⁸ Menurut Bank BNI Syari'ah KCP Ngagel, nasabah dikatakan loyal, apabila nasabah menggunakan produk yang ada di Bank BNI Syariah dan rutin melakukan penghimpunan dana di Bank BNI Syari'ah KCP Ngagel.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah serangkaian aturan, dan tata cara tertentu yang diatur dan ditentukan berdasarkan kaidah ilmiah dalam menyelenggarakan suatu penelitian dalam koridor keilmuan tertentu yang hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.¹⁹

1. Data

Penelitian ini membutuhkan data primer, berupa data tentang pelaksanaan pemberian hadiah yang diberikan kepada nasabah sampai peran pemberian hadiah dalam meningkatkan loyalitas nasabah yang menjadi alat analisis penelitian ini. Sedangkan data sekunder yang dikumpulkan dari studi pustaka seperti buku, jurnal, artikel, dan skripsi terdahulu.

¹⁸ Info Bank News, "Program Pemberian Hadiah agar Nasabah Setia", dalam <http://www.infobanknews.com/2012/02/program-bank-agar-nasabah-setia/> , diakses pada 28 Maret 2014.

¹⁹ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta. Salemba Humanika, 2010), 17.

2. Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer yakni data dokumentatif dari BNI Syariah Cabang Pembantu Ngagel Surabaya tentang macam-macam program hadiah serta aplikasi dalam pemberian hadiah, sumber data primer tersebut antara lain: 1) Brosur produk penghimpunan dana yang menawarkan program berhadiah, 2) Syarat dan ketentuan nasabah yang berpeluang mendapatkan hadiah, dll. Selain itu, sumber data primer lainnya adalah subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran²⁰ atau pengambilan data secara langsung atau yang dikenal dengan istilah *interview* (wawancara). Dalam hal ini subjek penelitian yang dimaksud adalah para pelaku yang berkaitan mengenai program pemberian hadiah yaitu *customer service*, dan bagian pemasaran BNI Syariah cabang pembantu Ngagel Surabaya.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu data pendukung yang berasal dari buku-buku maupun literatur lain meliputi:

- 1) Manajemen Pemasaran, karya Philip Kotler dan Kevin Lane Keller.

²⁰ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cetakan VIII, 2007), 91.

- 2) Perilaku Konsumen, karya John C. Mowen dan Michael Minor.
- 3) Strategi Pemasaran, karya Fandy Jtiptono.
- 4) Strategi Manajemen Bank, karya Muchdarsyah Sinangun.
- 5) Outlook Perbankan Syariah 2013.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Wawancara, yaitu suatu interaksi yang di dalamnya terdapat pertukaran/*sharing* aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif dan informasi.²¹ Peneliti mengadakan tanya jawab secara langsung dengan beberapa pihak yang terlibat dalam program pemberian hadiah.
- b. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.²² Dalam penelitian ini penggalian data dilakukan dengan cara menelaah dokumen-dokumen yang berhubungan dengan program pemberian hadiah di BNI Syariah. Selain menggunakan metode dokumentasi, penelitian ini juga melakukan penelusuran data *online* yaitu tata cara melakukan

²¹ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta, Salemba Humanika, 2010), 155.

²² M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 87.

penelusuran data melalui media *online*. Hal ini memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data-informasi *online* yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis dengan penyebutan sumber data dan kapan dilakukan *browsing*.²³

- c. Studi Kepustakaan, yaitu mengumpulkan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan dimana penulis mendapatkan teori-teori dan pendapat ahli serta beberapa buku referensi yang ada hubungannya dengan penelitian ini.²⁴

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data berhasil dihimpun dari lapangan atau penulisan, maka penulis menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.²⁵ Dalam hal ini penulis akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan masalah saja.

²³ Outlook Perbankan Syariah 2013, "Outreach Perbankan Syariah", dalam <http://www.bi.go.id/outlookperbankansyariah2013>, diakses pada 20 April 2014.

²⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 136.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfa Beta, 2008), 243.

- b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.²⁶ Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisa data.
- c. Penemuan Hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.²⁷

5. Teknik Analisis Data

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.²⁸ Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.²⁹

²⁶ *Ibid.*,245.

²⁷ *Ibid.*,246.

²⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011) 143.

²⁹ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2005), 63.

Kemudian data tersebut diolah serta dianalisis menggunakan pola pikir induktif yaitu, pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum. Fakta-fakta yang dikumpulkan adalah aplikasi program pemberian hadiah dan bagaimana peran program pemberian hadiah tersebut dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah. Penulis mulai memberikan pemecahan persoalan yang bersifat umum, melalui penentuan rumusan masalah sementara dari observasi awal yang telah dilakukan. Dalam hal ini penelitian dilakukan di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ngagel Surabaya, sehingga ditemukan pemahaman terhadap pemecahan persoalan dari rumusan masalah yang telah ditentukan.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah pengurutan pembahasan dalam penyusunan karya ilmiah. Hal ini dimaksud untuk mempermudah pembaca dalam memahami dan menelaah isi yang terdapat dalam tulisan ini adapun secara global tulisan ini dibagi menjadi 5 bab.

Bab pertama adalah pendahuluan yang mengurai latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional dan sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan tinjauan pustaka yang terdiri dari kajian teoretis mengenai teori tentang strategi pemasaran, dan teori tentang loyalitas nasabah.

Bab tiga adalah deskripsi hasil yang meliputi gambaran umum tentang Bank BNI Syariah KCP Ngagel Surabaya, deskripsi mengenai produk-produk yang memberikan program hadiah khususnya produk penghimpunan dana antara lain tabungan, giro, dan deposito, upaya-upaya yang dilakukan BNI Syari'ah KCP Ngagel Surabaya dalam meningkatkan jumlah nasabah, aplikasi program pemberian hadiah kepada nasabah dan peran pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah Bank BNI Syariah KCP Ngagel Surabaya.

Bab empat merupakan hasil dari penelitian yaitu berupa analisis pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan jumlah loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah KCP Ngagel Surabaya.

Bab lima merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang sebaiknya dilakukan bank syariah dalam program pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah.