

BAB 1

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PT BANK BNI SYARIAH

DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah suatu lembaga yang mendapat izin untuk mengerahkan dana masyarakat berupa pinjaman sehingga sebagai perantara nasabah penyimpan dana dan pemakai *akhirir*.¹ Adapun perkembangan perbankan syariah saat ini meningkat, padahal sejak zaman Rasulullah SAW sudah menggunakan lembaga keuangan yang berpedoman atau berprinsip syariah.

Didirikannya bank syariah dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya, memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah yang sesuai dengan perintah agamanya. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam terbesar di dunia juga telah merasakan kebutuhan akan adanya bank yang diharapkan dapat memberikan kemudahan-kemudahan dan jasa-jasa perbankan kepada semua umat Islam dan penduduk di Indonesia yang beroperasi tanpa riba. Adapun bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Bank syariah juga biasa disebut *Islamic Banking* atau *interest fee banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan

¹ Edi Wibowo dan Untung Hendi, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 2.

operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).²

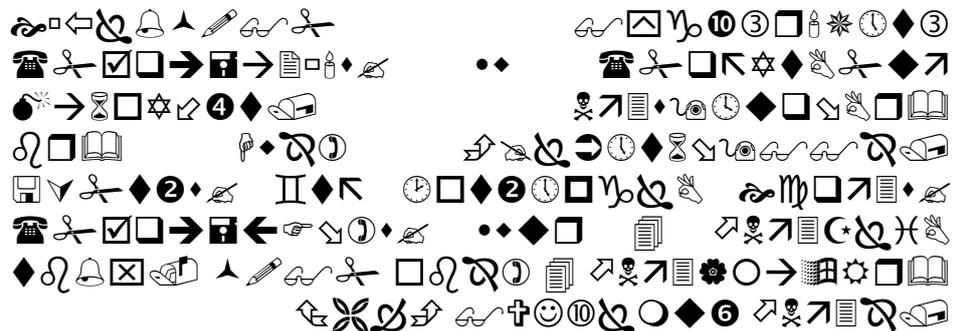
Perbankan merupakan sebuah lembaga intermediasi yang berfungsi untuk menghimpun dana yang berlebih dari masyarakat yang kemudian disalurkan ke masyarakat yang kekurangan dana dalam berbagai bentuk penyaluran. Dalam proses penghimpunan dan proses penyaluran dana, tiap - tiap bank memiliki kebijakannya masing - masing yang terlihat dari produk - produk perbankan yang dihasilkan, Produk - produk inilah yang kemudian menjadi ‘ujung tombak’ perbankan dalam memikat calon nasabahnya agar berkenan untuk menyimpan dananya di bank tersebut, ataupun agar calon nasabah tertarik untuk melakukan kerjasama dalam hal konsumtif atau produktif dengan bank tersebut.

Walau antusiasme masyarakat besar, perbankan syariah masih belum memberikan signifikansi penambahan *market share*nya terhadap perbankan nasional. Saat ini, *market share* perbankan syariah masih kurang dari 5%. Berbagai penyebab yang menjadi penghalang laju pertumbuhan ini telah menjadi perhatian khusus oleh para pemerhati perbankan syariah. Sebab yang paling utama adalah karena masih kurangnya sumber daya manusia yang benar-benar berkompeten di bidang ekonomi syariah. Kekurangan sumber daya manusia tersebut menyebabkan perbankan syariah seolah hanya menjadi *follower* dari perbankan konvensional, mulai dari jenis produk perbankan, layanan, dan dijadikannya tingkat bunga yang berlaku sebagai acuan terhadap

² Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 1.

penentuan *rate of return* bank syariah. Semestinya, dengan adanya perbedaan prinsip operasional dengan perbankan konvensional, perbankan syariah mampu memberikan nilai lebih, menonjolkan unsur-unsur syariahnya, kemitraan, keterbukaan dan transparannya dan mengambil peluang yang dapat diciptakannya sendiri melalui produk-produknya, ataupun mengambil peluang yang tercipta secara alamiah mengingat mayoritas penduduk Negara ini adalah beragama Islam³

Dalam usaha memperbesar *market share*nya, bank syariah harus memiliki strategi yang baik dalam memasarkan produk-produk yang dimilikinya. Bank syariah harus pandai menonjolkan apa yang menjadi kelebihanannya, tanpa menutup-nutupi apa yang menjadi kekurangannya di mata masyarakat sehingga tercipta citra bank syariah yang jujur dan amanah dibenak masyarakat. Sebagaimana tertulis dalam Surat An Nisaa' ayat 29:



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”⁴

³ Yason Tufik Akbar, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah dalam Memperluas Pasar Terhadap Nasabah Non Bank Syariah”. Dalam <http://www.strategi.pemasaran.net> By Redaksi, 21 Oktober 2013.

⁴ Departemen Agama RI, Al – Qur’an dan Terjemahannya (Bandung: Penerbit Gema Risalah Press Bandung, Edisi Revisi, 1989), 122

Sistem yang di jalankan di BNI Syariah adalah dengan konsep bagi hasil. Konsep tersebut sesuai syariah sebab kegiatan seluruh perbankan syariah di awasi dan diatur berdasarkan fatwa dewan pengawas syariah nasional majelis ulama Indonesia (DPSMUI) yang mengatur jenis kegiatan dan system perbankan syariah. Kegiatan yang dilakukan oleh bni syariah hanya yang halal dan bukan untuk usaha yang haram.⁵

Pernyataan yang dijelaskan oleh bapak Andi (43 tahun) yaitu salah satu nasabah di BNI Syariah Surabaya. “ Saya menjadi nasabah selama empat tahun. Tetapi saya kurang mendengar kiprah BNI Syariah dalam sosial maupun yang lain. Lebih banyak nama BNI yang terdengar. Sebenarnya syariah hanya merek untuk pelengkap sebab tidak ada ciri khas lain yang membedakannya dengan BNI. BNI Syariah perlu memperbaiki penampilan promosinya agar masyarakat lebih mengenalnya ”⁶

Pernyataan dari saudari Tika (20 Tahun) yang merupakan nasabah dari Bank Muamalat yang menyatakan bahwa:

Saya tertarik dengan Bank Muamalat sebab merupakan Bank Syariah yang pertama kali.Selain itu lebih jelas tujuan dan sistemnya.Pada kegiatan di masyarakat sudah banyak perannya.Saya juga menabung di BNI karena suka sistemnya tapi untuk syariah saya lebih milih bank muamalat sebab belum ada bukti keunggulan BNI Syariah selain hal yang menjadi keunggulan BNI.Mungkin dari segi nasabah saya rasa Muamalat lebih unggul sebab tujuannya jelas.Saya rasa BNI Syariah hanya kurang promosinya saja.⁷

Pernyataan dari saudara Eko (27 Tahun) yang merupakan nasabah dari Bank Syariah Mandiri (BSM) yang menyatakan bahwa:“ Saya tertarik dengan

⁵ [Http://www.ekonomisyariah.org](http://www.ekonomisyariah.org), akses pada Rabu 4 September 2013 Pukul 16:30

⁶ Wawancara dengan Bapak Andi selaku nasabah BNI Syariah pada Selasa 10 September 2013.

⁷ Wawancara dengan saudari Tika selaku nasabah Bank Muamalat pada Kamis 12 September 2013.

BSM karena pelayanannya mudah tidak ruwet dan tellernya cantik-cantik. Kalau BNI Syariah, belum tertarik sebab saya belum tau manfaatnya sebab lokasinya jauh dan kantor BNI Syariah belum ada di lokasi saya pelayanannya mungkin sama saja dengan bank lain. Saya kurang mendengar prestasi dari BNI Syariah. Sementara saya pilih BSM.”⁸

Pernyataan dari saudari Nur Chasanah (23 Tahun) yang merupakan nasabah dari BRI Syariah yang menyatakan bahwa:

“ Saya menabung di BRI Syariah karna ada hal yang mengharuskan saya untuk menabung di BRIS, sebenarnya saya juga menjadi nasabah di BNI konvensional saya lebih suka di BNI karna di BNI pelayanannya nyaman dan sistemnya jarang sekali error, kalau di BRIS sering banget sistemnya error tiap kali saya mau ambil uang di ATM sering error, untuk sekarang saya lebih apresiasi di BNI karena saya merasa nyaman untuk nabung disana. Kalau di BNI Syariah saya masih belum jadi nasabah disana tapi ada rencana buat buka rekening disana, sementara nabung di BNI Konvensional”⁹

Jumlah penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam. Akan tetapi jumlah nasabah BNI Syariah yang merupakan kelompok perbankan syariah dirasakan belum maksimal. Masih banyak kenyataan bahwa masyarakat masih belum mengenali kelebihan dari BNI Syariah. Pertambahan saldo setiap bulan sudah bisa dipastikan dan dihitung terlebih dahulu sebab sudah ada ketentuan yang pasti. Perhitungan bagi hasil di BNI Syariah tergantung perhitungan rata-rata pihak bank. Jadi berbeda dengan perhitungan di bank konvensional.

Menurut Halide, Analisis Ekonomi Universitas Hasanuddin yang menyatakan bahwa: “ Walaupun peranan bank syariah dalam perbankan nasional masih kecil namun dari segi perkembangan cukup meyakinkan sebab

⁸ Wawancara dengan saudara Eko selaku nasabah dari Bank Syariah Mandiri pada Kamis 12 September 2013.

⁹ Wawancara dengan saudari Nur Chasanah dari Bank BI Syariah pada Jumat 09 Mei 2014

selama krisis moneter kemudian menjadi krisis ekonomi, perbankan syariah memiliki kekuatan dan kinerja yang lebih baik (konsisten dalam fungsi intermediasi, mampu bertahan menjadi penyelamat), sedangkan bank konvensional belum pulih secara tuntas hingga saat ini.”¹⁰

Perbankan syariah lain juga aktif dalam kegiatan promosi. Berbagai penawaran dikemas dan disajikan dengan menarik sehingga mampu menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi pada lembaga. Ada tawaran yang kompetitif disertai kemudahan dalam bertransaksi. Promosi juga menarik sehingga dapat di ingat oleh masyarakat semua umur.

Strategi yang dilakukan dengan cara mendatangi calon nasabah langsung dengan menawarkan produk yang ada di BNIS dan memberi penjelasan mengenai BNIS dan produk – produk yang ada di BNIS, dengan membagikan brosur, menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi dan instansi-instansi. Brosur merupakan alat pengenalan kepada calon nasabah, akan tetapi brosur bukan menjadi alat yang paling unggul untuk merekrut nasabah karena di BNIS juga melakukan promosi dengan memasarkan produknya ke Mall, kalau ada event-event tertentu dan ke universitas – universitas dengan cara memberi seminar kepada mahasiswa dengan harapan mereka menjadi nasabah¹¹. Pelayanan yang profesional dan amanah yang dilakukan di BNIS, Dan pelayanan yang dilakukan tidak membuat nasabah kecewa, nasabah akan lebih senang ketika disambut dengan salam, sapa dan

¹⁰ [Http://www.fajar.co.id](http://www.fajar.co.id) akses pada 1 Juli 2013.

¹¹ Wawancara dengan saudari Novi Wijaya selaku pegawai Pemasaran Pembiayaan di BNIS syariah cabang Dharmawangsa pada minggu 23 Maret 2014

senyum dari pegawai BNIS. Sistem pelayanan yang lebih diutamakan agar nasabah tidak berpaling pada lembaga lain.

Berangkat dari kegelisahan terhadap permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti strategi keunggulan bersaing BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya dalam meningkatkan jumlah nasabah.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah yang muncul adalah:

- a. Keunggulan dan Promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya dalam meningkatkan jumlah nasabah, agar masyarakat banyak yang berminat untuk menjadi nasabah di BNIS.
- b. Bentuk strategi bersaing yang dilakukan oleh BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya dalam meningkatkan jumlah nasabah.
- c. Strategi keunggulan bersaing yang akan dilakukan terhadap pesaing oleh BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya dalam meningkatkan jumlah nasabah.

2. Batasan Masalah

Untuk penelitian ini penulis membatasi pada dua masalah yakni:

- a. Promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya dalam meningkatkan jumlah nasabah.
- b. Bentuk strategi yang dilakukan oleh BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya dalam meningkatkan jumlah nasabah.

C. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana bentuk strategi PT Bank BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya dalam meningkatkan jumlah nasabah?
2. Bagaimana dampak strategi keunggulan bersaing PT Bank BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada.¹² Penulis menelusuri kajian pustaka yang memiliki objek penelitian yang hampir sama dengan objek penelitian ini. Adapun penelitian yang hampir

¹² Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi : Edisi Revisi Cetakan ke V* (Surabaya, 2013), 9.

sama dengan penelitian ini menurut pengamatan penulis adalah penelitian yang dilakukan oleh :

Sigit Pramono yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya Malang dalam karya ilmiah yang berjudul “Strategi Keunggulan Bersaing PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional VIII Surabaya Dalam Menghadapi Persaingan Antarmoda Transportasi.” Penelitian ini mengkaji tentang strategi bersaing ditinjau dengan analisis SWOT.¹³Memaparkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk melaksanakan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional di bidang transportasi dengan menyediakan barang-jasa yang berdaya saing kuat untuk dapat melakukan ekspansi baik di pasar domestik maupun internasional di bidang perkeretaapian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah obyek penelitiannya yaitu pesaingan antar transportasi. Persamaannya kedua penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi keunggulan bersaing.

Eni Khusiyawati yaitu mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIS) Yogyakarta dalam karya ilmiah yang berjudul “Strategi Pemasaran BMT Usaha Insani Yogyakarta Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah.” Penelitian ini mengkaji tentang strategi bersaing ditinjau dengan analisis SWOT.¹⁴Perbedaan penelitian penelitian ini dengan penelitian

¹³ Sigit Pramono, “*Strategi Keunggulan Bersaing PT Kereta Api (Persero) Daerah Operasional VIII Surabaya Dalam Menghadapi Persaingan Antarmoda Transportasi*” (Karya Ilmiah, Universitas Brawijaya, Malang, 2010).

¹⁴ Eni Khusiyawati, “*Strategi Pemasaran BMT Usaha Insani Yogyakarta Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah.*” (Karya Ilmiah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah, Yogyakarta, 2009).

yang sedang di lakukan adalah, pada penelitian ini membahas tentang strategi pemasarannya untuk meningkatkan jumlah nasabah, dan pangsa pasarnya, penelitian ini lebih fokus kepada strategi pemasaran. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang di lakukan adalah subyek penelitiannya yaitu BMT Usaha Insani Yogyakarta. Persamaannya kedua penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Aris Setiawan yaitu mahasiswa Universitas Islam Indonesia dalam penelitian skripsinya yang berjudul “Efektivitas Strategi Pemasaran Produk BMT Jogjatama Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif.” Penelitian ini mengkaji tentang strategi keunggulan ditinjau dengan analisis SWOT.¹⁵ Memaparkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan produk-produk unggulan BMT jogjatama yang berpengaruh terhadap pendapatan BMT. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang di lakukan adalah, penelitian tersebut tidak meneliti atau membahas tentang bagaimana strategi perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabah, melainkan keunggulan kompetitifnya. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang keunggulan suatu perusahaan.

Belum ada tindak lanjut dari penelitian tersebut sehingga kejelasan hasil analisis yang telah di lakukan belum banyak dimanfaatkan. Oleh karena itu penulis merasa strategi keunggulan bersaing BNI Syariah cabang Dharmawangsa dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah sangat menarik dan layak diteliti.

¹⁵Aris Setiawan, “*Efektifitas Strategi Pemasaran Produk BMT Jogjatama Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*” (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2009).

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan penting yaitu:

1. Untuk mengetahui bentuk strategi keunggulan bersaing BNI Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah.
2. Untuk mengetahui dampak strategi keunggulan bersaing BNI Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Manfaat yang diharapkan adalah :

1. Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai bahan informasi dan pengetahuan yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi jurusan Ekonomi Syariah terutama tentang strategi peningkatan jumlah nasabah di lembaga keuangan islam. Hal ini bisa dijadikan tolak ukur jurusan Ekonomi Syariah untuk meningkatkan jumlah mahasiswa untuk waktu yang akan datang.

2. Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi BNI Syariah cabang dharmawangsa Surabaya untuk meningkatkan jumlah nasabah dalam mewujudkan perekonomian yang berdasarkan syariah islam.

G. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan persepsi dan pembiasan makna terhadap penelitian ini maka perlu ditegaskan maksud masing-masing bagian penting dari judul tersebut.

1. Strategi Keunggulan Bersaing

Strategi yaitu rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.¹⁶

Keunggulan Bersaing adalah kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan diantara perusahaan lain.¹⁷

2. BNI Syariah cabang Dharmawangsa

BNI Syariah adalah salah satu usaha BNI untuk melayani nasabah yang menginginkan jasa perbankan berdasarkan syariah. BNI dan BNI Syariah merupakan satu kesatuan structural dan hanya dibedakan oleh pengelolaan laporan keuangan. BNI Syariah menangani system ekonomi syariah yang dikelola oleh unit usaha syariah. Sedangkan BNI menangani system ekonomi yang bersifat konvensional saja. BNI Syariah cabang Dharmawangsa berdiri pada tahun 2011.

3. Nasabah

Nasabah adalah obyek yang memberikan keuntungan bagi bank.¹⁸

¹⁶ David Hunger dan Thomas Wheleen, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI. 2003), 16.

¹⁷ Ibid., 245.

Berdasarkan pernyataan di atas bisa penulis simpulkan upaya meningkatkan jumlah nasabah yaitu usaha untuk memperbanyak jumlah orang atau obyek yang bisa memberikan keuntungan bagi bank.

Berdasarkan penegasan bagian-bagian dari judul tersebut maka bisa disimpulkan pengertian dari judul penelitian **Strategi Keunggulan Bersaing PT Bank BNI Syariah cabang Dharmawangsa dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah** yaitu rumusan perencanaan komprehensif yang digunakan untuk menentukan keunggulan BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya dari perbankan syariah lain untuk memperbanyak jumlah orang yang bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama perekonomian berdasarkan syariah bagi umat Islam.

H. Metode Penelitian

Penelitian ini menggambarkan upaya peningkatan jumlah nasabah BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya melalui analisis keunggulan bersaing sehingga menghasilkan strategi efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah. Hal-hal yang akan dibahas dalam metode penelitian antara lain:

1. Ruang Lingkup Penelitian

a. Subyek penelitian

Subyek penelitian adalah individu yang dijadikan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan penelitian. Subyek penelitian adalah:

¹⁸ Eni Khusiyawati, *Strategi Pemasaran BMT Mitra Usaha Tani*, (STIS Yogyakarta: Skripsi tidak dipublikasikan. 2001), 50-51.

Bagian umum dan Nasabah BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya serta pesaing BNI Syariah.

Pesaing BNI Syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI), Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah, Bank Pembangunan Daerah (BPD) Syariah, Bank Niaga Syariah, Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah dan Bank Danamon Syariah.¹⁹

Pada penelitian ini penyusun hanya meneliti BRI Syariah sebab telah mempunyai jaringan kantor dan nasabah lebih banyak. Selain itu usia beroperasi ketiga perbankan tersebut lebih tua jika dibandingkan dengan BNI Syariah.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah yang menjadi pokok perhatin dari suatu penelitian.²⁰ Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah strategi bersaing yang diterapkan di BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya.

¹⁹ [Http://www.google.com/search/fatwa/mui/pesaing/bank/syariah](http://www.google.com/search/fatwa/mui/pesaing/bank/syariah). Akses pada Selasa 16 Oktober 2012 pukul 18.30 WIB.

²⁰ Suharmisi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar* (Jakarta: Bina Aksara, 1992), 91.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kualitatif jika ditinjau dari pendekatan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki sasaran penelitian yang terbatas, tetapi dengan keterbatasan itu digali sebanyak mungkin data mengenai sasaran penelitian.²¹

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif jika ditinjau dari eksplanasinya. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan persoalan yang akan dipecahkan.²²

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas bisa disusun simpulan bahwa jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

3. Data yang dikumpulkan

- a. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data jumlah nasabah yang ada di BNISyariah.
- b. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data jumlah nasabah terutama strategi keunggulan bersaingnya dari buku, jurnal, artikel, dan skripsi terdahulu.

4. Sumber Data

- a. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang berasal dari sumber yang asli.

Data primer ini tidak tersedia dalam bentuk file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya sering disebut

²¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan kualitatif* (Surabaya : Airlangga University Press, 2001), 29.

²² *Ibid.*, 48.

responden, yaitu orang-orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data.²³Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil langsung dari BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya. Sumber data lainnya adalah sumber dokumentatif dari BNI Syariah tentang, 1) data strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT Bank BNI Syariah kantor cabang Dharmawangsa Surabaya 2) data jumlah nasabah mulai awal berdirinya BNIS Dharmawangsa Surabaya sampai sekarang 3) metode yang dilakukan bank untuk meningkatkan jumlah nasabah.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita hanya mencari dan mengumpulkan.²⁴ Untuk mendapatkan data sekunder, penulis mempelajari, mencatat dan mengutip dari buku-buku yang ada dipergustakaan yang berhubungan dengan penelitian, dengan membaca literatur lain yang meliputi:

- 1) Aris Setiawan, *“Efektifitas Strategi Pemasaran Poduk BMT Jogjatama dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif”*
- 2) David Hunger dan Thomas Wheleen, *Manajemen Strategis.*
- 3) Husein Umar, *Manajemen Strategis.*
- 4) Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategik, Konsep dan Kasus.*
- 5) Fred David, *Strategi Manajemen Konsep.*

²³ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 129.

²⁴ *Ibid.*, 124.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti.²⁵ Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan tentang fenomena sosial dan gejala-gejala alam.²⁶

Observasi merupakan pengamatan yang disengaja dan dilakukan secara sistematis, didukung dengan pencatatan terhadap gejala-gejala yang berhasil diamati.²⁷

Berdasarkan pernyataan di atas bisa penulis simpulkan yang dimaksud dengan observasi adalah cara penulis mengumpulkan data dengan mengamati kegiatan promosi BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data melalui wawancara atau percakapan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada masalah tertentu.²⁸

Teknik wawancara dengan bebas terpimpin baik terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur yaitu susunan

²⁵ Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: Gramedia, 1991), 44.

²⁶ *Ibid.*, 159.

²⁷ Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta 2003), 11.

²⁸ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1996), 187.

pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan bisa diubah ketika wawancara dan disesuaikan dengan kebutuhan.²⁹

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan langsung berhadapan dengan narasumber maupun tidak atau memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab.³⁰

Berdasarkan pernyataan di atas bisa penulis simpulkan yang dimaksud wawancara adalah cara mengumpulkan data dengan penelitian dengan cara percakapan lisan atau tulisan baik langsung ataupun tidak langsung antara peneliti dengan narasumber tentang suatu masalah yang hendak diteliti.

Pada penelitian ini, wawancara penulis lakukan dengan bagian umum, nasabah BNI Syariah serta nasabah dan karyawan Bank lain yang menjadi pesaing BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.³¹ Penggalan data ini dengan cara menelaah dokumen – dokumen yang berhubungan dengan Strategi keunggulan Bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah di BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya.

d. Kepustakaan

²⁹ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian kualitatif; Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 181.

³⁰ Ibid., 167.

³¹ Iqbal Hasan, *Metedologi Penelitian dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 87.

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.³²

6. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan memilih mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.³³

Alat analisis data pada penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif. Hal itu karena penyusun tidak melakukan suatu perubahan terhadap obyek penelitian. Analisis data deskriptif kualitatif yaitu penyajian data dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian.³⁴

Adapun alat analisis data adalah strategi bersaing dari teori keunggulan bersaing Michael Porter dan analisis terhadap kekuatan,

³² Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format – Format Kualitatif dan Kuantitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 136.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta. 2006), 333.

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian; Suatu Pendekatan dan Praktek.*(Jakarta Rineka Cipta. 1991), 3.

kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di BNI Syariah cabang Dharmawangsa Surabaya.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian ini terdiri dari lima bab :

Bab I Pendahuluan berisi latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, metode penelitian.

BabII Landasan teori tentang Strategi Keunggulan Bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Bab III Sejarah berdiri dan proses perkembangan, bentuk kegiatan dan produk, struktur organisasi dan jumlah nasabah BNI Syariah Surabaya.

Bab IV Analisis strategi bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah akan membahas tentang perkembangan jumlah nasabah tingkat persaingan menurut beberapa pendapat, proses manajemen strategi, strategi bersaing dan matriks keunggulan bersaing.

Bab V Penutup yang berisi kesimpulan dan saran.