

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, sehingga tidak heran ketika sistem yang digunakan dalam berbagai aspek tidak akan jauh dari unsur Islam, salah satunya dalam sistem ekonomi. Sejak tahun 1992 di Indonesia mulai muncul bank yang menggunakan prinsip syariah, yaitu Bank Mua'malat Indonesia (BMI) yang merupakan hasil lokakarya yang diadakan oleh MUI. Pada tahun 1998 ketika Indonesia mengalami krisis moneter, kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah mulai meningkat. Pada waktu itu, ketika bank konvensional mengalami keterpurukan dengan nilai suku bunganya yang melambung tinggi, ternyata bank yang tidak menggunakan sistem bunga (bank syariah) tetap bertahan.<sup>1</sup>

Bank Islam atau Bank Syariah adalah bank yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang dalam operasionalnya dan produk-produknya dikembangkan sesuai dengan prinsip syariat Islam.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syari'ah* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005), 13.

<sup>2</sup> Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, Cet. I, 2000), 62.

Pada saat ini, perkembangan perbankan syariah sebagai bagian dari aplikasi sistem ekonomi syariah di Indonesia telah memasuki babak baru. Pertumbuhan industri perbankan syariah telah bertransformasi dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik perbankan syariah menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi di tanah air. Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Hal itu ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

Dalam masalah perekonomian, setiap waktu mengalami perkembangan, termasuk di dalamnya industri perbankan syariah. Sejak awal tahun 2000-an, perbankan syariah di Indonesia mulai berkembang dan perkembangan tersebut diiringi dengan munculnya produk-produk baru, salah satu contohnya adalah kartu kredit syariah.

Bank BNI merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia, pada waktu itu membuka unit usaha syariah yang kemudian dalam industri perbankan syariah dikenal dengan nama BNI Syariah.<sup>3</sup> Dalam perjalanannya BNI Syariah telah mengeluarkan cukup banyak produk dan

---

<sup>3</sup>BNI Syariah pada tanggal 29 April 2000, saat itu bentuk dari BNI Syariah adalah unit usaha syariah (UUS) dengan 5 kantor cabang. Pada tanggal 19 Juni 2010 status Bank BNI Syariah berubah menjadi Bank Umum Syariah (BUS). Pada September 2013 bank BNI Syariah memiliki 64 kantor cabang, 161 kantor cabang pembantu, 17 kantor kas di seluruh Indonesia. Salah satu kantor cabang BNI Syariah Surabaya yang didirikan pada tahun 2004. Saat ini kantor cabang Surabaya sudah memiliki 2 kantor cabang pembantu, yaitu: KCP Rajawali dan KCP Diponegoro.

produk yang terbaru adalah kartu kredit syariah yang diberi nama Hasanah Card.<sup>4</sup>

Kartu kredit atau *credit card* merupakan gaya hidup dan bagian dari komunitas manusia untuk dapat dikategorikan modern dalam tata kehidupan sebuah kota yang beranjak menuju metropolitan atau kosmopolitan. Oleh karena itu, berdasarkan fatwa DSN-MUI Nomor: 54/DSN-MUI/X/2006 serta Surat Persetujuan Bank Indonesia Nomor: 10/337 DPbs/2008, BNI Syariah bekerjasama dengan Master Card menerbitkan Hasanah Card yang merupakan kartu kredit berbasis prinsip-prinsip syariah pada tanggal 7 Februari 2009. Kartu kredit syariah merupakan yang kedua di Indonesia, menyusul Bank Danamon Syariah yang telah menerbitkan Dirham Card lebih dulu pada tanggal 19 juli 2007.<sup>5</sup>

Kartu kredit Hasanah Card merupakan salah satu contoh produk yang dikeluarkan oleh Bank BNI Syariah dan memberikan *inovasi* baru bagi dunia perbankan Islam di Indonesia. Dari segi pelayanan, kartu ini memberikan kemudahan bagi nasabahnya sehingga nasabah dapat leluasa pergi keluar rumah tanpa harus membawa uang tunai yang banyak.

Pada tanggal 9 Februari 2008, BNI Unit Usaha Syariah (BNI Syariah) bersama dengan *Mastercard Worldwide* meluncurkan Hasanah Card. Sebagaimana diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional dan

---

<sup>4</sup> Nama produk kartu kredit syariah yang dikeluarkan oleh BNI Syariah dan diresmikan di Jakarta pada tanggal 7 Februari 2009, <http://www.bni.co.id/portals0documentpres%20release%20-%20Hasanah%20card-Ind.pdf>, diakses pada 8 April 2014.

<sup>5</sup> Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)* (Yogyakarta: UII Pres, Cct. II, 2004), 5.

Hasanah Card bertujuan untuk memudahkan sistem pembayaran serta sebagai jaminan atas setiap transaksi pembelian barang dan jasa.<sup>6</sup>

Hasanah Card adalah kartu pembiayaan yang menggunakan prinsip syariah yaitu dengan sistem perhitungan biaya bersifat tetap, adil, transparan dan kompetitif tanpa perhitungan bunga dan bertujuan untuk memudahkan sistem pembayaran serta sebagai jaminan atas setiap transaksi pembelian barang dan jasa. Hal ini sesuai dengan firman Allah pada surah Al- baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي  
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ  
مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ  
مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ  
فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya :

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba),

<sup>6</sup> Ibid.

maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.<sup>7</sup>

Dalam hasanah card BNI Syariah meluncurkan tiga tipe Hasanah Card yaitu *Classic*, *Gold* dan *Platinum* dengan fitur produk seperti *Smart Spending*, *Cash Advance*, *DanaPlus*, *PerisaiPlus*, *Transfer Balance*, *Executive Airport Lounge*, *Diskon Merchant*, dan pembayaran melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang dilindungi asuransi jiwa. Pada tahun 2010 BNI Syariah dengan produk hasanah card mengembangkan dengan mitra kerjanya dengan travel biro haji dan umroh. Dengan modal 14 juta rupiah nasabah Hasanah card sudah bisa melakukan umroh dengan nyaman. Selain itu, pembayaran ongkos umroh bisa dicicil hingga 6 bulan tanpa dikenakan biaya tambahan. Program kerja sama ini terbukti sangat efektif, hal itu dapat dilihat dari nasabah dari tahun ke tahun. Pada tahun 2011 nasabah hasanah card berjumlah 50.623 orang, pada tahun 2012 jumlah nasabah hasanah card meningkat menjadi 152.311 nasabah dan pada tahun 2013 nasabah meningkat 170.000 nasabah.<sup>8</sup>

Peningkatan jumlah nasabah tersebut tentu bukan karena kebetulan saja, namun ada usaha-usaha BNI Syariah untuk mengembangkannya. Usaha-usaha tersebut diantaranya adalah menata strategi pemasaran hasanah card. Menurut Kotler keberhasilan

---

<sup>7</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *al-qur'an dan terjemahnya* (Bandung: sinar baru algesindo, 2007), 40.

<sup>8</sup> Hendry(SBM BNI Syariah), *wawancara*, surabaya, 15 Juni 2014.

pemasaran suatu produk tergantung pada prinsip 5P yaitu : (Place, Price, Promotion, Produk, People).<sup>9</sup> Jika pemasaran produk sesuai dengan prinsip tersebut maka keberhasilan memasarkan barang akan sukses, dan jika pemasaran suatu produk tidak sesuai dengan prinsip 5P yang diuraikan Kotler maka keberhasilan memasarkan produk tersebut dinyatakan gagal. Melalui teori tersebut BNI Syariah berusaha menerapkannya dalam produk Hasanah Card, salah satu bentuk realisasinya adalah pengadaan mesin ATM di mall serta adanya kerja sama dengan perusahaan lain dalam menggunakan produk hasanah card.

Strategi-strategi variatif di atas sangat bagus dalam pemasaran produk hasanah card, tentu dengan target penambahan jumlah nasabah hasanah card BNI Syariah. Namun, peningkatan jumlah nasabah yang diakibatkan oleh strategi pemasaran perlu dianalisis kembali, apakah strategi-strategi pemasaran itu dapat digunakan sehingga mempengaruhi kebijakan-kebijakan BNI Syariah Cabang Surabaya terhadap peningkatan kualitas dan jumlah nasabah hasanah card BNI Syariah Cabang Surabaya atau sebaliknya.

Salah satu analisis tersebut adalah menggunakan analisis SWOT. Menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT memiliki makna sebuah metode dari suatu rancangan strategis dalam berbagai bidang. Tujuannya untuk melakukan evaluasi dari *Strength* (kekuatan), *Weakness*

---

<sup>9</sup> Phillip Kotler, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: Erlangga, Cct. III, 2008), 87.

(kelemahan), *Opportunity* (kesempatan), *Threat* (tantangan).<sup>10</sup> Dalam buku yang sama, Freddy Rangkuti menyebutkan keunggulan-keunggulan analisis SWOT. Keunggulan-keunggulan tersebut adalah (1) Dapat dijadikan panduan dalam penyusunan berbagai kebijakan strategis menuju target yang dicanangkan sebelumnya, (2) Dapat membantu memudahkan proses evaluasi berkaitan dengan penentuan kebijakan strategis sekaligus sistem perencanaan agar meraih kesuksesan dari waktu sebelumnya, (3) Dapat dijadikan bagian penting untuk memperoleh informasi tentang beragam hal yang dibutuhkan menuju proses perubahan perbaikan masa mendatang, dan (4) Dapat meningkatkan motivasi dan menemukan ide-ide kreatif untuk terus maju meraih kesuksesan yang ditargetkan sebelumnya.<sup>11</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin mengetahui tentang Analisis SWOT terhadap produk iB Hasanah Card dalam menentukan Strategi Pemasaran dengan mengangkatnya dalam sebuah penelitian dengan judul skripsi: **“Analisis SWOT Terhadap Produk Hasanah Card Dalam Menentukan Strategi Pemasaran di Bank BNI Syariah”**.

---

<sup>10</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 6.

<sup>11</sup> Ibid., 7.

## **B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah**

### 1. Identifikasi Masalah

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

- a. Bagaimana aplikasi sistem ekonomi syariah di Indonesia ?
- b. Bagaimana legalitas hasanah card yang dipakai Bank BNI Syariah?
- c. Bagaimana sistem transaksi dengan hasanah card ?
- d. Apa saja manfaat hasanah card ?
- e. Apa strategi pemasaran hasanah card yang dilakukan oleh BNI Syariah ?
- f. Apa saja macam-macam produk hasanah card ?

### 2. Batasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, tenaga, pikiran, biaya dan kemampuan yang dimiliki penulis, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Maka dalam penelitian ini penulis hanya akan membahas mengenai strategi pemasaran hasanah card yang dilakukan oleh BNI Syariah

## **C. Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana strategi pemasaran produk hasanah card di BNI Syariah?



2. Bagaimana analisis SWOT terhadap produk hasanah card dalam menentukan strategi pemasaran di BNI Syariah?

#### **D. Kajian Pustaka**

Beberapa penelitian yang telah ada berkaitan dengan judul yang peneliti teliti antara lain adalah karya:

Pertama, penelitian yang berjudul “Strategi pemasaran produk pada Bank BNI Syariah Cabang Surakarta”<sup>12</sup> oleh Rina Fitriliana Utami. penelitian ini ingin menunjukkan strategi pemasaran produk pada PT. BNI Syariah Cabang Surakarta dalam bersaing bersama bank syariah lainnya dan juga bank konvensional pada umumnya, agar tetap bertahan dalam dunia perbankan.

Kedua, penelitian yang berjudul “Pengaruh produk syari’ah dan bauran promosi terhadap keputusan nasabah menabung di BNI Syariah Cabang Semarang”<sup>13</sup> oleh Khoirul Uyun. Penelitian ini ingin menunjukkan pangaruh pruduk syariah dan bauran promosi terhadap keputusa nasabah menabung di BNI Syariah.

Ketiga, penelitian yang berjudul “pengaruh produk syari’ah dan bauran promosi terhadap keputusan nasabah menabung di BNI Syari’ah

---

<sup>12</sup> Rina Fitriliana Utami, “Strategi Pemasaran produk pada PT. BNI Syariah Cabang Surakarta”, (Skripsi Fakultas Ekonomi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008).

<sup>13</sup> Khoirul Uyun, “Pengaruh Produk Syari’ah dan Bauran Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BNI Syariah Cabang Semarang”, (skripsi Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang,2012).

Cabang Semarang”<sup>14</sup> oleh Adinda Mathovani Aziza. penelitian ini ingin menunjukkan pengaruh produk syariah dan promosi terhadap keputusan nasabah bank syariah.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena titik tekan penelitian ini adalah pada bagaimana strategi pemasaran produk hasanah card yang digunakan di Bank BNI Syariah. Dari ketiga fokus penelitian diatas menunjukkan tentang produk Bank BNI Syariah, hanya saja berbeda dalam fokus penelitiannya masing-masing, begitu juga dengan judul yang akan saya ajukan di mana fokus penelitian saya adalah strategi pemasaran produk hasanah card di Bank BNI Syariah.

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk hasanah card di BNI Syariah
2. Untuk mendeskripsikan analisis SWOT terhadap produk hasanah card dalam menentukan strategi pemasaran di BNI Syariah

---

<sup>14</sup> Adinda Mathovani Aziza, “Pengaruh Produk Syari’ah dan Bauran Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BNI Syari’ah Cabang Semarang”, (Skripsi Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang, 2012).

## **F. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan hasil penelitian ini adalah sebagaimana berikut :

### **a. Aspek Keilmuan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memberi sumbangsih ilmu pengetahuan terhadap lapisan masyarakat terkait praktik strategi pemasaran.

### **b. Aspek Terapan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi lembaga keuangan untuk memasarkan produk-produknya khususnya produk hasanah card dan bagi nasabah untuk digunakan sebagai pertimbangan mengambil produk hasanah card.

## **G. Definisi Operasional**

Agar lebih memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka penelitian ini mendefinisikan beberapa istilah, antara lain:

- a. Strategi menurut Chandler adalah suatu tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>15</sup> Dalam strategi pemasaran hasanah card, bank BNI Syariah melakukan promosi melalui media massa, pembukaan kantor kas di mall tertentu serta

---

<sup>15</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT*, 4.

memberikan keringanan cicilan bagi nasabah yang akan melaksanakan umroh melalui bank BNI Syariah.

- b. Pemasaran produk menurut Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain. Bentuk pemasaran produk hasanah card yang dilakukan oleh BNI Syariah adalah *direct* marketing, dimana bank berkomunikasi langsung dengan pelanggan individu yang dibidik. Hal itu bertujuan untuk memperoleh tanggapan segera maupun dalam membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Dalam pemasaran ini bank BNI Syariah melakukan beberapa perantara, diantaranya: (1) perantara katalog, dengan menyebarkan katalog cetak, video, elektronik yang dikirim kepada pelanggan pilihan. (2) pemasaran *online*, yaitu dengan cara interaktif *online* menggunakan sistem komputer yang menghubungkan bank BNI Syariah dengan nasabah melalui media elektronik. (3) tv interaktif, yaitu dengan mengadakan komunikasi dengan nasabah melalui dialog interaktif dalam acara BNI Syariah di televisi.
- c. Hasanah Card adalah kartu berbasis syariah yang berfungsi seperti kartu kredit sehingga diterima di seluruh tempat bertanda mastercard dan semua ATM yang bertanda CIRRUS di seluruh dunia. Dalam hasanah card terdapat tiga jenis kartu yang ditawarkan sesuai dengan

tingkat kemampuan calon nasabah menggunakannya. Dalam 3 jenis hasanah card yang diterbitkan oleh BNI Syariah Classic hasanah card merupakan produk kartu kredit bagi nasabah yang memiliki dana dibawah 10 juta rupiah per bulannya. Sedangkan untuk Gold hasanah card dan platinum hasanah card merupakan produk kartu kredit bagi nasabah yang memiliki dana di atas 10 juta rupiah perbulannya.

## **H. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yakni suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada kesimpulan. Penelitian kualitatif bersifat induktif: peneliti membiarkan permasalahan-permasalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetail disertai catatan-catatan hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan-catatan.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Cet. III, 2007), 60.

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi tempat penelitian ini adalah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya, yang berlokasi di Jl. Bukit Darmo Boulevard No. 8A-8B Surabaya. Peneliti memilih BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya sebagai tempat penelitian dikarenakan bank BNI Syariah salah satu cabang terbaik dalam produk kartu kredit sehingga banyak nasabah yang menggunakan produk hasanah tersebut.

## 3. Data dan Sumber Data

Data yang perlu dihimpun untuk penelitian ini adalah data-data terkait Analisis SWOT terhadap strategi pemasaran hasanah card BNI Syariah Cabang Surabaya, dan juga data nasabah dan efektifitas strategi yang digunakan Bank BNI Syariah dalam memasarkan hasanah card. Pengukuran yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur efektifitas strategi adalah dari jumlah pengguna produk hasanah card di Bank BNI Syariah. Jika jumlah pengguna produk hasanah card meningkat sesuai dengan target atau lebih maka strategi yang digunakan dikatakan efektif dan jika jumlah pengguna produk hasanah card di Bank BNI Syariah menurun atau tidak memenuhi target maka strategi yang digunakan BNI Syariah tidak efektif.

Untuk menggali kelengkapan data tersebut, maka diperlukan sumber-sumber data sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Sumber data primer yakni subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung atau yang dikenal dengan istilah *interview* (wawancara).<sup>17</sup> Dalam hal ini subjek penelitian yang dimaksud adalah pihak BNI Syariah Cabang Surabaya khususnya Pimpinan bank BNI Syariah Cabang Surabaya, bagian pemasaran hasanah card dan nasabah yang menggunakan hasanah card

Penelitian kualitatif melihat penentuan *sampel* sebagai suatu proses yang dinamis, bertahap, sebagai tim, tidak ditetapkan sebelumnya secara pasti. *Sampel* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-purposive sample*. Penarikan *sampel* secara *non-purposive* yaitu teknik pengambilan *sampel* yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk menjadi *sampel*. Dari beberapa jenis *non-purposive* peneliti menggunakan metode *snowball* sampling sebagai penentuan datanya, dimana peneliti menggunakan teknik untuk menentukan *sampel* yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan *sampel*, pertama-tama dipilih satu atau dua orang *sampel*, tetapi karena dengan dua orang ini belum

---

<sup>17</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cet. III, 2007), 91.

merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih mengetahui dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang *sampel* sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah *sampel* semakin banyak.<sup>18</sup>

#### b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.<sup>19</sup> Pada sumber data sekunder, data yang diambil tidak dari sumber langsung,<sup>20</sup> dan juga merupakan data pendukung yang berasal dari seminar, buku-buku maupun literatur lain meliputi:

- 1) Dokumen, yaitu suatu catatan yang dapat dibuktikan atau dijadikan bukti dalam suatu masalah atau persoalan. Sedangkan dokumentasi adalah kegiatan atau proses pekerjaan mencatat atau merekam suatu peristiwa dan objek atau aktifitas yang dianggap berharga dan penting.<sup>21</sup> Dalam hal ini, dokumen dikumpulkan dari data pemasaran, target pemasaran dan jumlah

---

<sup>18</sup> Sugiono, Rumus-Rumus Pengambilan *Sampel*, dalam <http://www.tesisdisertasi.blogspot.com/2009/12/rumus-rumus-pengambilan-sampel.html>, diakses pada 13 April 2014.

<sup>19</sup>Hendry, “Metode Pengumpulan Data”, dalam <http://teorionline.wordpress.com/service/metode-pengumpulan-data>, diakses pada 8 April 2014.

<sup>20</sup>Konsultan Statistik, “Data Penelitian”, dalam <http://www.konsultanstatistik.com/2009/03/data-penelitian.html>, diakses pada 8 April 2014.

<sup>21</sup>Awaneds’s Weblog, “Pentingnya Dokumentasi”, dalam <http://awaneds61.blogdetik.com/artikel/>, diakses pada 8 April 2014.



nasabah yang diperoleh dari pihak BNI Syariah Cabang Surabaya.

2) 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.<sup>22</sup>

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini bersifat kualitatif, secara lebih detail teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi nonpartisipatif, yaitu pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, dia hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan atau bisa juga disebut observasi pasif.<sup>23</sup> Dalam penelitian ini objek observasi adalah nasabah hasanah card. Sedangkan pelaksanaan observasi pada tanggal 22 Nopember – 21 Desember ketika peneliti melaksanakan magang di BNI Syariah Cabang Surabaya. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tanggapan nasabah hasanah card dalam

---

<sup>22</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 136.

<sup>23</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Cct. III, 2007), 220.

kuantitas hasanah card dan juga untuk mengetahui pemasaran yang dilakukan karyawan hasanah card BNI Syariah Cabang Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara atau interviu (*interview*) merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif.<sup>24</sup> Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan cara wawancara langsung baik secara struktur maupun bebas dengan pihak Bank BNI Syariah Cabang Surabaya, khususnya Pimpinan BNI Syariah Cabang Surabaya, karyawan BNI Syariah Cabang Surabaya dan nasabah hasanah card BNI Syariah Cabang Surabaya

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.<sup>25</sup> Studi dokumenter merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, maupun elektronik.<sup>26</sup> Penggalan data ini dengan cara menelaah dokumen-dokumen strategi pemasaran hasanah card, jumlah nasabah, pelayanan hasanah card BNI Syariah Cabang Surabaya kelebihan

---

<sup>24</sup> Ibid., 216.

<sup>25</sup> M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 87.

<sup>26</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Cet. III, 2007), 221.

kartu kredit hasanah card, dan penggunaannya di Bank BNI Syariah Cabang Surabaya.

## 5. Teknik Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dikelola menggunakan penelitian deskriptif analitis. Penelitian ini, dalam deskripsinya juga mengandung uraian-uraian, serta mendeskripsikan strategi pemasaran yang digunakan BNI Syariah, kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran tersebut dan peningkatan jumlah nasabah BNI Syariah.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik pengolahan data 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.<sup>27</sup> Dalam hal ini penulis akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan masalah saja.
- b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.<sup>28</sup> Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis

---

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfa Beta, 2008), 243.

<sup>28</sup> *Ibid.*, 245.

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.<sup>29</sup>

## 6. Teknik Analisis Data

Setelah berbagai data terkumpul, maka untuk menyusun dan menganalisisnya menggunakan metode *deskriptif analisis*. Metode *deskriptif analisis* adalah prosedur pemecahan yang diselidiki dengan menggambarkan dan melukiskan keadaan subyek atau obyek (seseorang atau pada suatu lembaga) saat sekarang dengan berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana adanya.<sup>30</sup> Analisis ini dilakukan dengan cara menceritakan strategi-strategi yang digunakan BNI Syariah dalam meningkatkan pelayanan hasanah card BNI Syariah, selain itu data-data dari BNI Syariah dideskripsikan baik itu melalui angka ataupun pendeskripsian secara kata-kata. Dari deskripsi tersebut dilanjutkan dengan teknik analisis SWOT dimana peneliti memilah antara *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (tantangan). Freddy Rangkuti mengatakan bahwa analisis SWOT memiliki makna sebuah metode dari suatu rancangan strategis dalam berbagai bidang. Tujuannya untuk

---

<sup>29</sup> Ibid., 246.

<sup>30</sup> Ibid., 206.

melakukan evaluasi dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (kesempatan), *Treath* (tantangan).<sup>31</sup>

Peneliti menggunakan teknik ini karena yang digunakan adalah metode kualitatif, dimana memerlukan data-data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya (alamiah). Sehingga benar salahnya, sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Penelitian deskriptif disebut juga penelitian ilmiah karena semua data yang diambil merupakan fenomena apa adanya. Hasil penelitian deskriptif dilanjutkan dengan analisis SWOT agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi BNI Syariah.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan ini dipaparkan dengan tujuan untuk memudahkan dalam memahami isi penulisan ini. Oleh karena itu, penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab pertama berupa pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, metode penelitian (meliputi data yang dikumpulkan, sumber data, teknik

---

<sup>31</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT :Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, Cet. XIV, 2006) 6.

pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data), dan sistematika pembahasan

Bab kedua adalah landasan teori. Pada bab ini membahas mengenai Pengertian pemasaran, strategi pemasaran produk, konsep pemasaran, kartu kredit, akad-akad dalam kartu kredit dan terakhir membahas analisis SWOT, definisi analisis SWOT, fungsi, manfaat dan tujuan analisis SWOT, mekanisme serta analisisnya.

Bab ketiga merupakan uraian mengenai teori dari pengertian IB Hasanah Card, Jenis-Jenis IB Hasanah Card, Tujuan IB Hasanah Card dan gambaran umum tentang BNI Syariah . Pada bab ini memuat tentang latar belakang sejarah berdirinya BNI Syariah, visi dan misi, struktur organisasi, uraian tugas, dan produk dan jasa, serta reputasi, dan strategi pemasaran dan pelaksanaannya di lapangan.

Bab keempat adalah analisis masalah peneliti dalam skripsi. Membahas analisa matrik *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat* (SWOT), menganalisis strategi yang digunakan dan menganalisis hasil yang dicapai BNI Syariah Cabang Surabaya setelah penerapan strateginya di lapangan.

Bab kelima adalah penutup merupakan akhir dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi ini. Bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran dari penulis mengenai hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini.