

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah atau perbankan Islam adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai penghimpun dana dan penyalur dana dari masyarakat untuk masyarakat yang mana sistem operasionalnya sesuai dengan syariat Islam. Bank berperan sebagai lembaga perantara satuan-satuan kelompok masyarakat atau unit-unit ekonomi yang kelebihan dana dengan unit-unit ekonomi yang kekurangan dana.¹

Bank Islam atau bank syariah adalah bank yang usaha pokoknya memberikan pembayaran dan jasa-jasa lainnya dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang dalam operasionalnya dan produk-produk dikembangkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.²

Produk-produk dari perbankan syariah tidak hanya wadiah atau titipan, tapi ada juga produk seperti pembiayaan, sewa-menyewa dan jual-beli. Kemudian di produk jasa meliputi al-wakalah, kafalah, hiwalah, rahn, dan qardh. Selain produk-produk tersebut perbankan syariah juga memberikan produk atau fasilitas lainnya seperti ATM dan juga Kartu kredit syariah. Dewan Syariah Nasional (DSN)-MUI di Indonesia pada tahun 2006 telah mengeluarkan fatwa terkait Kartu

¹Muhammad Amin Suma, *Himpunan Undang-Undang Perdata Islam dan Peraturan Pelaksanaan Lainnya di Negara Indonesia* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.396.

²Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Kontemporer* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2000), pers,cet.1, hlm.62.

Kredit Syariah dengan terbentuknya Fatwa No.54/DSN-MUI/X/2006.³ Syariah card di definisikan sebagai kartu yang mana berfungsi sebagai kartu kredit yang berhubungan antara pihak berdasarkan prinsip syariah sebagaimana diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN)-MUI Pada tahun 2006 dan akad yang di gunakan adalah akad kafalah, qardh, dan ijarah.⁴

Di dalam Agama Islam berutang adalah sesuatu yang sangat tidak di anjurkan karena setiap orang yang berutang paling tidak akan melakukan suatu kebohongan dan tidak adanya ketepatan janji. Hal ini merujuk pada hadis yang di riwayatkan ‘Urwah, dari Aisyah, bahwa Rasulullah Saw sendiri selalu berdoa agar terhindar dirinya dari keadaan terhutang.

عَنْ عَائِشَةَ، زَوْجِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، ” أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ يَدْعُو فِي الصَّلَاةِ: اللَّهُمَّ إِنِّي أَعُوذُ بِكَ مِنْ عَذَابِ الْقَبْرِ، وَأَعُوذُ بِكَ مِنْ فِتْنَةِ الْمَسِيحِ الدَّجَالِ، وَأَعُوذُ بِكَ مِنْ فِتْنَةِ الْمَحْيَا، وَفِتْنَةِ الْمَمَاتِ، اللَّهُمَّ إِنِّي أَعُوذُ بِكَ مِنَ الْمَأْثَمِ وَالْمَغْرَمِ ” فَقَالَ لَهُ قَائِلٌ: مَا أَكْثَرَ مَا تَسْتَعِيدُ مِنَ الْمَغْرَمِ، فَقَالَ: «إِنَّ الرَّجُلَ إِذَا غَرِمَ، حَدَّثَ فَكَذَبَ، وَوَعَدَ فَأَخْلَفَ»

Dari Aisyah istri Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam, bahwa Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam berdoa dalam shalatnya, “Ya Allah, sesungguhnya aku berlindung kepada-Mu dari azab kubur, aku berlindung kepada-Mu dari fitnah Al Masih Ad Dajjal, aku berlindung kepada-Mu dari fitnah hidup dan fitnah mati. Ya Allah, aku berlindung kepada-Mu dari dosa dan hutang.” Kemudian ada seorang yang bertanya, “Alangkah seringnya engkau berlindung dari utang.” Maka Beliau bersabda, “Sesungguhnya seseorang apabila berhutang, maka apabila berbicara berdusta, dan apabila berjanji mengingkari.” (HR. Bukhari)⁵

³Fatwa Dewan Syariah Nasional No:54/DSN-MUI/X/2006/Tentang Syariah Card. diakses tgl 15 Maret 2017

⁴ *Ibid.*, hlm.10.

⁵Abu Abdullah Muhammad Bin Ismail Al-Bukhari, *Ensiklopedia Hadis 1, Shahih Al-Bukhari 1*, cet 1 (Jakarta: Almahera, 2012), hlm.537.

Akan tetapi ketika ada orang yang mengalami kesukaraan dalam membayar utang maka berikanlah keringanan atas orang tersebut untuk membayarnya sesuai dengan Q.S Al-Baqarah/2:280 :

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu Mengetahui.⁶

Tafsiran ayat ini menerangkan bahwa jika pihak yang berhutang itu dalam kesukaran berilah dia tempo, hingga dia sanggup membayar utangnya. Sebaliknya bila yang berhutang dalam keadaan lapang, ia wajib segera membayar utangnya.⁷

Masuknya kartu kredit pertama di Indonesia pada tahun 1988. Bank Duta adalah bank yang pertama membawa kartu kredit ke Indonesia, di mana bank melakukan kerja sama dengan Visa dan Master Card Internasional. Salah satu alasan yang bisa menggambarkan perkembangan kartu kredit adalah masyarakat pada era moden sekarang yang menginginkan semuanya serba cepat dan mudah, maka dari itu mereka membutuhkan sebuah alat pembayaran yang dapat di terima oleh bank Negara dimanapun berada. Kartu kredit tidak hanya untuk transaksi jual

⁶Depertemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Yayasan Penerjemah Al-Qur'an,1984), hlm.47.

⁷Syaikh Ahmad Mustafa Al-Farran,Tafsir Imam Syafi'i, *Melayami Kedalaman Al-Qur'an*, Jilid 1 (Jakarta Timur: Almahira, 2007), hlm.497.

beli atau barang dan jasa tetapi juga bisa sebagai penjamin keabsahan cek yang di keluarkan.

Pada dasarnya keberadaan kartu kredit ini adalah untuk mempermudah nasabah untuk bertransaksi yang mana mereka tidak perlu lagi membawa uang tunai ketika berpergian atau berbelanja, salah satu contohnya adalah ketika seorang berada di luar negeri maka dapat menggunakan kartu kredit tersebut untuk keperluan bertransaksi dan apabila dia ingin menarik secara tunai, dapat dilakukan di ATM berlogo Cirrus dan Mastercard dengan membawa sebuah kartu kredit nasabah dapat melakukan transaksi di manapun sesuai dengan ketentuan yang ada. Oleh karena itu, nasabah yang ingin menggunakan kartu kredit harus mereka yang kondisi financial dan ekonomi yang baik agar mampu membayar tagihan dan berkomitmen untuk membayar pada tepat waktu sebelum jatuh tempo.

Kartu kredit di Indonesia sudah banyak dan mudah untuk di dapat. Bahkan, pihak bank sendiri sudah ada yang memberikan penawaran kepada pihak nasabah baru ataupun lama tentang keberadaan kartu kredit di karenakan kartu kredit di jadikan salah satu fokus utama perusahaan keuangan tersebut.

Data yang diterbitkan oleh Bank Indonesia (BI) mencatat hingga beberapa perubahan tingkat penggunaan kartu kredit. Di lihat pada tahun November 2015 jumlah kartu kredit mencapai 16,81 juta keping edaran atau 5,25% meningkat dari 15,97% juta keping pada tahun sebelumnya sisi nilai transaksi tumbuh sebesar 8% menjadi Rp.23,07 triliun dengan Rp.23,78 juta transaksi. Tahun 2016

pengguna kartu kredit mulai berkurang dan kenaikan hanya sampai 3 % saja dari tahun 2015, tetapi pada tahun 2017 awal jumlah kartu kredit kembali mengalami kenaikan menjadi 17,49 keping kartu kredit, dan ternyata untuk data terakhir bahwa pada bulan Agustus 2017 pengguna kembali menurun menjadi 16,89 keping. Artinya belum ada kestabilan penggunaan dan penikmat dari kartu kredit tersendiri dalam jangka lama.⁸ Sedangkan pada BNI Syariah juga tak kalah banyak edaran dalam produk kartu pembiayaan, hingga Agustus tahun 2012 nasabah BNI Hasanah *Card* mencapai 119.732 orang. Pencapaian ini lebih banyak di bandingkan tahun 2011 lalu yaitu 100.000 kartu. Jumlah kartu pembiayaan ini juga melejit lebih dari dua kali lipat di bandingkan akhir tahun lalu hanya 50.623 orang yang mana *outstanding* kartu pembiayaan sebesar Rp.209.086 miliar per 24 September 2012.⁹ Kebanyakan nasabah masih menggesek kartu ini untuk kebutuhan konsumsi dan sisanya mengalir ke pembiayaan usaha, sesuai dengan tawaran hasanah *card* seperti usaha waralaba dan pendidikan.

Terlepas dari hal tersebut, pihak bank baik itu konvensional ataupun syariah masih berminat dan mengejar atas kekurangan yang ada supaya produk tersebut tetap berjalan dan bisa di pakai bagi peminatnya. Terkhususkan bagi bank lembaga keuangan syariah di karenakan pertumbuhan yang sangat pesat dan melihat dari sektor kebutuhan maka dari itu perbankan juga mengeluarkan produk

⁸<http://www.tempo.co.html> (diakses tgl 15 Maret 2017)

⁹ Dadde Dermawan, <http://www.Kontan.co.id> (diakses tgl 15 Maret 2017)

kartu pembiayaan dengan fasilitas yang berbeda dengan penawaran yang berbeda pula dari lembaga lainnya.

Potensi ini yang telah di lirik pihak BNI syariah pada tahun 2009 dengan meluncurkan kartu kredit syariah yang bernama iB hasanah card yang sering di sebut dengan kartu pembiayaan. Tetapi sebelum pihak BNI Syariah meluncurkan produk kartu kredit berbasis syariah ini potensi ini terlebih dahulu di lirik oleh pihak Bank Danamon Syariah dan juga di lirik oleh Bank HSBC Syariah.¹⁰ Namun kedua bank tersebut kurang dalam mempromosikan produk kartu pembiayaan ini di bandingkan dengan pihak BNI Syariah. Potensi berkembangnya kartu pembiayaan ini di Indonesia memiliki peluang yang sangat besar apabila di lihat dari segi faktor jumlah masyarakat di Indonesia yang mayoritas muslim.

Hal ini khusus pada PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin dengan di luncurkannya produk iB hasanah card tidak menjamin ketertarikan orang banyak untuk menjadi nasabah di kartu pembiayaan tersebut. Di karenakan masih banyak pola pikir masyarakat yang tidak mengetahui tentang manfaat dan cara menggunakan produk kartu iB hasanah card. PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin dalam perjalanan bisnisnya perlu upaya promosi untuk mempertahankan nasabah lama dan juga menawarkan produk kepada calon nasabah baru mengingat produk ini tergolong produk baru dalam masa pertumbuhan.

¹⁰<http://www.bnisyariah.co.id> (diakses tgl 15 maret 2017)

PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin mulai mempromosikan produk iB hasanah card ini dengan bekerja sama dengan beberapa rumah makan dan juga tempat berbelanja yang di mana tujuannya adalah menarik perhatian nasabah agar menggunakan produk iB hasanah card tersebut.

Untuk meraih konsumen yang lebih luas, di perlukan strategi pemasaran yang lebih tepat agar asumsi para masyarakat tentang iB hasanah card tidak di sama ratakan lagi dengan kartu kredit konvensional. Strategi dalam pemasaran merupakan suatu cara untuk menarik nasabah menggunakan produk yang telah di keluarkan oleh lembaga atau instansi tersebut. Setiap melakukan bisnis maka disana ada strategi karena itu adalah acuan dalam pemasaran, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara baik berbentuk penipuan ataupun kebohongan yang merugikan pihak lain.

Sebagaimana yang terdapat dalam Q.S. An-Nisa/4:29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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.¹¹

¹¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Yayasan Penterjemah Al-Qur'an, 1984), hlm.83.

Di dalam tafsir jalalayn, tafsir Quraish Sihab, maksud dari kata “ (Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang batil) artinya jalan yang haram menurut agama seperti riba dan gasab/merampas (kecuali dengan jalan) atau terjadi dengan jalan perniagaan. Menurut suatu Qiraat dengan baris di atas sedangkan maksudnya ialah hendaklah harta tersebut harta perniagaan yang berlaku (dengan suka sama suka di antara kamu) berdasar kerelaan hati masing-masing, maka bolehlah kamu memakannya. (Dan janganlah kamu membunuh dirimu) artinya dengan melakukan hal-hal yang menyebabkan kecelakaannya bagaimana pun juga cara dan gejalanya baik di dunia dan di akhirat. (Sesungguhnya Allah Maha Penyayang Kepadamu) sehingga dilarang-Nya kamu berbuat demikian.¹²

Salah satu teknik analisa yang di gunakan dalam mengetahui strategi pemasaran adalah analisis SWOT. Menurut Freddy Rangkuti Analisa SWOT adalah analisis yang memiliki makna sebuah metode dari suatu rancangan strategis dalam berbagai bidang. Analisa SWOT juga di katakan adalah analisa terhadap kekuatan dan kelemahan dari dalam yang akan di gabungkan dengan melihat peluang dan ancaman dari luar¹³.

Suatu produk tidak akan di beli bahkan dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaanya, dimana produk dapat di peroleh, berapa harganya. Untuk itulah konsumen yang menjadi sasaran produk atau jasa perlu di berikan informasi

¹²Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, vol 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm.324.

¹³Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis* (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm.6.

yang jelas dan hal itu juga di jalankan oleh lembaga keuangan untuk menarik nasabahnya.¹⁴

PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin telah melakukan beberapa cara agar promosi yang mereka lakukan dapat berjalan dengan baik dan sesuai target bahkan mampu di pahami oleh masyarakat luas dan juga tidak terkecuali para nasabah produk dan pelayanan jasa pada PT.Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin. Dari wawancara dengan pihak bank yang mengurus tentang kartu pembiayaan pada produk iB hasanah card mengatakan bahwa pada tahun terakhir dari tahun 2010 ke atas PT.Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin sudah mengembangkan produknya dengan bekerja sama salah satunya dengan travel biro haji dan umroh. Dengan modal Rp.14.000.000 nasabah iB hasanah card sudah bisa melaksanakan ibadah umroh dengan aman dan nyaman. Selain itu dengan cicilan pembayaran bisa di cicil dengan bunga 0% sampai 6 bulan tanpa di kenakan biaya tambahan. Program mitra kerja seperti ini sangat bermanfaat bagi PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin sendiri dan juga mitra yang bersangkutan.¹⁵

Oleh karena itu, PT.Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin harus mempunyai starategi yang berbeda dari lembaga keuangan lainnya baik itu dalam bentuk promosi ataupun jenis lainnya yang mana berhubungan dengan sasaran utama

¹⁴Sofjan Assauri. *Manajemen pemasaran dasar, konsep dan strategi*, cet.ke 4, edisi ke 1 (Jakarta: Rajawali, 1992), hlm.45.

¹⁵Miftahul Fajri, selaku karyawan bagian *Sales Assistants* dan *Consumer Processing Head (CPH)*, BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin, Wawancara Pribadi, Banjarmasin, 02 April 2017, pukul 16:10 WITA.

yaitu memperkenalkan produk iB hasanah card di hadapan masyarakat luas baik itu dari kalangan menengah keatas atau kalangan menengah ke bawah.

Berdasarkan latar belakang diatas menjelaskan bahwa PT.Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin masih mempunyai peluang besar dalam meningkatkan dan memperoleh nasabah dalam jenis produk iB hasanah card.

Di sini peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana strategi yang telah di lakukan bank untuk meningkatkan nasabahnya yang mana akan di tuangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran produk iB hasanah card Pada PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas maka rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana analisis strategi pemasaran yang dilakukan pada PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk iB hasanah card?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam memasakan produk iB hasanah card pada PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui analisis strategi pemasaran produk iB hasanah card pada PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin

2. Mengetahui kendala-kendala yang dihadapi bank dalam memasarkan produk iB hasanah card pada PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan dapat bermanfaat sebagai:

1. Sebagai bahan masukan bagi bank syariah khususnya PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin untuk lebih meningkatkan lagi strategi dalam memasarkan produk iB hasanah card.
2. Bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam berkenaan dengan permasalahan yang diteliti dari sudut pandang yang berbeda.
3. Sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah perpustakaan UIN Antasari pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya serta pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini.
4. Sebagai bahan masukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkenaan dengan Analisis Strategi Pemasaran Produk iB hasanah card Pada PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan pemahaman yang mungkin terjadi dalam memahami penelitian ini maka penulis merasa perlu memberikan batasan istilah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan di kelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian di cari kaitannya lalu di tafsirkan maknanya. Strategi yaitu rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁶ Strategi bisa di sebut juga dengan ilmu perencanaan dan penentuan-penentuan arah operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumberdaya perusahaan yang dapat menguntungkan secara akrual dalam bisnis.¹⁷

Analisis Strategi yang penulis maksud di sini adalah cara atau metode bank dalam melaksanakan kegiatan bank, khususnya strategi dalam bidang pemasaran, yaitu pemasaran produk kartu pembiayaan “ iB hasanah card” pada PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin dengan menggunakan analisis *SWOT*.

2. Pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan.¹⁸ Pemasaran bank menurut Philip khotler adalah suatu proses

¹⁶Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, ed. 3. Cet. 3. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm.1092.

¹⁷Miftahul Fajri, selaku karyawan bagian Sales Assistants dan Consumer Processing Head (CPH), BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin, Wawancara Pribadi, Banjarmasin, 06 April 2017, pukul 16:10.

¹⁸Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, ed. 3. Cet. 3. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm.1099.

social dan manajerial dengan mana individu dua kelompok memperoleh apa mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertahankan produk dan nilai dengan pihak lain.¹⁹

3. Produk adalah barang atau jasa yang di mana di tambah gunanya atau nilainya dulu dan di produksi.²⁰ Produk dalam ruang lingkup bank adalah usaha suatu bank dalam manghimpun dana dari masyarakat dan dari jasa-jasa lalu lintas pembayaran.
4. iB hasanah card merupakan kartu pembiayaan yang berfungsi sebagai kartu kredit berdasarkan prinsip syariah, yaitu dengan sistem perhitungan biaya bersifat tetap, adil, transparan, dan kompetitif tanpa perhitungan bunga yang diterima di seluruh tempat bertanda MasterCard dan semua ATM yang bertanda CIRRUS di seluruh dunia yang diterbitkan oleh BNI Syariah. Ada 3 jenis kartu pembiayaan di BNI Syariah sendiri dengan keuntungan dan fasilitas yang berbeda-beda.²¹

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu terdapat ada beberapa skripsi yang berkaitan dengan penilitian yang penulis lakukan tentang

¹⁹Kotler Philip, Arinstrong Gery, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Penerjemah Alexander Doro, ed.9. Jilid 9 (Jakarta: PT. Indeks, 2004), hlm.7.

²⁰Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, ed. 3. Cet. 3. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm.808.

²¹<http://www.bnisyariah.co.id>

strategi, namun substansinya berbeda dengan persoalan yang akan diangkat penulis, penelitian yang dimaksud adalah :

1. Dita Kartika (0901160143) Jurusan Perbankan Syariah dengan judul “Mekanisme pembiayaan kartu kredit IB hasanah card pada BNI Syariah cabang Banjarmasin” penelitian ini bertujuan mengetahui mekanisme seperti apa yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah cabang Banjarmasin dalam produk kartu kredit iB hasanah card. Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pada permasalahan yang diteliti. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang produk kartu kredit iB hasanah card.
2. Ragil Rahmatullah Nurhakim (1201150195) Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul “Manajemen Strategik Permata Konveksi (Studi Kasus dengan Analisis SWOT)” Penelitian yang dimaksud adalah bagaimana manajemen strategis pada permata konveksi dengan menggunakan analisis SWOT. Perbedaan dengan penelitian yang saya buat terletak dari cara menganalisa, penelitian yang saya buat mengenai analisis strategi pemasaran, dan Kesamaan dengan penelitian yang adalah terletak dalam analisis yang dipakai yaitu SWOT.
3. Yuliani (1201160311) Jurusan Perbankan Syariah yang berjudul “Analisis SWOT produk cicil emas pada Bank Syariah Mandiri cabang Banjarmasin”. penelitian yang dimaksud adalah menganalisa produk cicil emas pada bank syariah Mandiri dengan menggunakan analisis SWOT. Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan . Perbedaan yang

penulis lakukan adalah terletak dari Objek,Subjek,Lokasi penelitian dan juga bahasan penelitian. Persamaanmya adalah sama sama menggunakan metode analisis SWOT.

4. Meida Lestari (1201160257) Jurusan Perbankan Syariah yang berjudul “ Strategi pemasaran pembiayaan kepemilikan multiguna purna dalam meningkatkan jumlah nasabah studi kasus pada PT.Bank Rakyat Indonesia Syariah kantor cabang Banjarbaru. Penelitian yang di maksud adalah cara memasarkan produk pembiayaan kepemilikan multiguna untuk meningkatkan nasabah pada bank BRI Syariah kcp Banjarbaru. Perbedaan yang penulis lakukan adalah . Perbedaan yang penulis lakukan adalah terletak dari Lokasi penelitian dan juga bahasan penelitian. Persamaannya adalah terletak pada Subjek dan juga objek yang akan di teliti yaitu dari strategi pemasarannya sendiri dan pihak yang terkait.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, definisi operasional, tujuan penelitian, signifikasi penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori, pada bab ini akan dijelaskan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Bab III Metode penelitian yang menghubungkan antara teoritis dengan penelitian lapangan, maka dibutuhkan metode penelitian yang berisi jenis, sifat dan lokasi penelitian, teknik pengolahan data dan analisis data, serta tahapan penelitian.

Bab IV Penyajian Data dan Analisis , merupakan hasil penelitian yang berisi analisis terhadap beberapa permasalahan yang di bahas pada bab III.

Bab V merupakan bab penutup yang berisi simpulan atas hasil dari penelitian dan memberikan saran-saran berdasarkan hasil dari penelitian.