

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Identitas Responden dan Informan**

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan penulis dengan cara observasi ke tempat penelitian dan melakukan wawancara langsung dengan pihak terkait, dimana penulis mendapatkan data-data yang berhubungan dengan pemasaran sesuai konteks hal yang peneliti teliti dari dua orang responden. Responden disini adalah karyawan tetap PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin bagian *sales assistant* yang juga membantu menangani *consumer processing head (CPH)* dan *funding assistant*. Dan dua orang informan dari nasabah PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin sebagai pengguna produk iB hasanah card.

- a. Identitas Responden yang pertama (Karyawan PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin)

1) Nama : Miftahul Fajri

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : *Sales assistant*

Produk iB hasanah card adalah sebuah program yang sangat memiliki nilai jual tersendiri menurut kalangan pengguna produk tersebut. Sebenarnya tidak hanya Bank BNI Syariah yang mengeluarkan produk ini tetapi sebelumnya juga ada lembaga lainnya baik itu berbasis syariah ataupun konvensional. Hanya saja setiap bank pastinya mempunyai nama dan konsep yang berbeda dalam

memasarkan produknya baik itu yang berbasis syariah ataupun konvensional, tetapi tidak semua masyarakat yang memahami atas perbedaan setiap produk yang mana syariah atau konvensional, asumsi ini yang harus di pecahkan secara menyeluruh agar masyarakat tidak salah maknakan dan berani ber transaksi di bank syariah.

PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin salah satu yang didirikan pada tanggal 29 April 2000 berdasarkan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998 oleh Unit Usaha Syariah (UUS) bersamaan dengan 4 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, dan Jepara. Dan produk iB hasanah card adalah salah satu produk pembiayaan dari Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang di terbitkan berdasarkan Fatwa DSN No.54/DSN-MUI/X/2006. IB hasanah card merupakan kartu yang berfungsi sebagai kartu pembiayaan yang berdasarkan sistem syariah sebagaimana di atur dalam fatwa.

IB hasanah card yang ada di PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin semakin meningkat untuk sekarang tetapi tidak menutup kemungkinan jika ada gejolak turun naik pengguna produk pembiayaan ini, di karenakan siklus keuangan yang tidak setabil pada waktu-waktu tertentu. Menjadi seorang nasabah pengguna produk iB hasanah card tentulah tidak semudah seperti menjadi pengguna nasabah tabungan di karenakan oleh keadaan setiap orang terkhusus dalam hal financial yang berbeda-beda.

Sebelum seorang nasabah ingin memiliki produk iB hasanah card, nasabah tersebut harus mengisi berkas-berkas terlebih dahulu dan akan di kroscek oleh pihak bank apakah nasabah tersebut layak mendapatkan atau tidak.

Persyaratan menjadi nasabah produk iB hasanah card, antara lain:

Tabel 4.1 : Persyaratan khusus menjadi nasabah produk iB hasanah card

<b>Persyaratan</b>	<b>Keterangan</b>
Penghasilan minimum setahun	Rp.36.000.000
Usia pemegang kartu utama	21 tahun-65 tahun
Usia pemegang kartu tambahan	17 tahun-65 tahun

Tabel 4.2 : Persyaratan umum menjadi pengguna produk iB hasanah card

Dokumen/Jenis Pekerjaan	Karyawan	Wirausaha	Profesional
<b>Photocopy KTP/KITAS</b>	✓	✓	✓
<b>BUKTI PENGHASILAN (Slip Gaji/SKP/SPT)</b>	✓	✗	✓
<b>Photocopy Rekening Tabungan (2 bulan terakhir)</b>	✗	✓	✗
<b>Photocopy surat izin profesi</b>	✗	✗	✓
<b>NPWP</b>	✓	✓	✓

Catatan :

- \* Bank berhak menyetujui atau menolak jenis kartu yang di pilih atau diinginkan nasabah atau pemohon IB hasanah card berdasarkan informasi penghasilan pemohon IB hasanah card.
- \* Untuk Dokter/Profesional lainnya dapat berupa fotocopy tabungan /SPT dan untuk pengusaha dapat berupa rekening koran 3 bulan terakhir/SPT.

Produk iB hasanah card di sini memiliki 3 jenis kartu antara lain, produk iB hasanah card *classic*, produk iB hasanah card *gold*, dan produk iB hasanah card *platinum*. Dan 3 jenis akad, diantaranya akad kafalah, akad qardh, dan akad ijarah

yang mana mempunyai penjelasan yang berbeda serta pengaplikasian yang berbeda pula.

Ketika ingin mengeluarkan suatu produk yang paling pertama dilihat adalah mayoritas disana, dikarenakan mayoritas kita beragama Islam maka dari itu sesuatu transaksi yang berbau syariah sangat dicari daripada transaksi yang ber sumber atau masuk ranah riba. IB hasanah card adalah produk dari PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin yang menggunakan prinsip syariah yang artinya tidak ada sistem bunga berbunga, dan tidak hanya itu iB hasanah card penggunaannya di terima di seluruh dunia, biaya ringan, dan juga bisa outodebet zakat, infaq, sedekah, dan wakaf dan juga transaksi untuk kebutuhan bisnis dan wirausaha. Target pemasaran produk iB hasanah card yang berbasis syariah ini tidak hanya diperuntukkan bagi masyarakat muslim saja, melainkan untuk seluruh masyarakat, baik muslim ataupun non muslim.

Responden juga mengatakan yang menjadi sasaran produk iB hasanah card biasanya adalah para pengusaha, wirausaha, serta perusahaan ataupun karyawan swasta dan juga negeri sipil yang belum mempunyai beban pembiayaan dimanapun tetapi pendapatan strata di atas batas kemampuan bayar pembiayaan tersebut. Pertumbuhan pengguna produk iB hasanah card alhamdulillah sudah lumayan meningkat, dengan semakin meningkatnya pengguna produk ini tidak menutup kemungkinan bisanya iB hasanah card mengalami kemunduran lagi, maka dari itu strategi pemasaran harus di jaga dengan baik.

Responden juga menambahkan bahwasanya iuran pembayaran untuk produk iB hasanah card berbeda-beda setiap limitnya tetapi semuanya

mempunyai keuntungan yaitu sangatlah fleksibel, artinya pembayaran sesuai dengan kebutuhan dan sesuai pengambilan kartu pemasaran produk iB hasanah card yang mana di gunakan. Responden mengatakan bahwa strategi pemasaran produk iB hasanah card pada PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin yang diterapkan ini biasanya bagian *marketing* yang pergi keperusahaan-perusahaan yang belum memiliki pembiayaan dalam bentuk jangka lama. Dengan cara melakukan penawaran berbentuk persentasi dan sosialisasi terhadap produk iB hasanah card, karena biasanya yang ikut produk iB hasanah card tidak hanya perorangan tetapi perusahaan juga ada.

Sedangkan kekurangan dari produk iB hasanah card adalah kurangnya promosi pemasaran, kurangnya pemahaman SDM yang profesional dalam bidang hasanah card, masih kurangnya asosiasi dan kerja sama dengan organisasi pendukung, dan tidak adanya yang memproteksi atau melindungi nasabah jika terjadi suatu, terkecuali lindungan asuransi jiwa semua mendapatkannya. Responden mengatakan, tentu hal yang menjadi tantangan produk iB hasanah card yaitu adanya produk-produk serupa pada masing-masing keuangan yang mungkin memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk iB hasanah card yang di miliki Bank BNI Syariah.

Meskipun masih ada kekurangan dalam pemasaran produk iB hasanah card tidak membuat pihak Bank BNI Syariah kalah ide dalam memberikan terobosan-terobosan dalam memasarkan produk iB hasanah card. Responden juga menambahkan bahwasanya selama ini strategi pemasaran produk iB hasanah card

ini sudah sesuai syariah karena dikelola secara profesional, serta tidak ada kebohongan dalam mengenalkan produknya.<sup>1</sup>

2) Nama	: Gt.M.Fajar
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Jabatan	: <i>Funding Assistant</i>

Menurut responden produk iB hasanah card adalah suatu produk dalam bentuk pembiayaan yang mana sangat menguntungkan bagi nasabah itu sendiri, karena setiap orang mempunyai keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda tanpa melihat dari faktor keuangan orang tersebut, tetapi ada orang yang mempunyai keuangan yang baik hanya saja pengeluaran uangnya terbatas artinya menunggu gaji keluar baru bisa belanja keperluan ataupun kebutuhan hidup. Kartu pembiayaan ini didirikan di lembaga keuangan lain tentunya dengan nama yang berbeda pula, sedangkan di PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin sendiri nama produknya adalah produk iB hasanah card. PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin salah satu yang didirikan pada tanggal 29 April 2000 berdasarkan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998 oleh Unit Usaha Syariah (UUS). Dan produk iB hasanah card adalah salah satu produk pembiayaan dari Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang di terbitkan berdasarkan Fatwa DSN No.54/DSN-MUI/X/2006. IB hasanah card merupakan kartu yang berfungsi sebagai kartu pembiayaan yang berdasarkan sistem syariah sebagaimana di atur dalam fatwa.

---

<sup>1</sup> Miftahul Fajri, selaku karyawan bagian *Sales Assistants* dan *Consumer Processing Head (CPH)*, BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin, Wawancara Pribadi, Banjarmasin, 02 Desember 2018, pukul 16:10 WITA.

Adapun yang menjadi sasaran iB hasanah card adalah seluruh masyarakat yang perkonomiannya memadai untuk pengambilan pembiayaan ini, karena produk iB hasanah card adalah kartu pembiayaan yang bersifat keperluan sebatasnya bukan kebutuhan yang hakiki dimana seseorang yang ingin mengambil atau menggunakan produk ini adalah orang yang secara finansial memadai dan berkecukupan. Responden juga menambahkan bahwa setiap kartu pembiayaan ini memiliki limit yang berbeda-beda dengan fasilitas yang berbeda pula sesuai dengan kebutuhan dan kesanggupan nasabah.

Ada 3 jenis kartu pembiayaan ini diantaranya adalah : produk iB hasanah card *Classic*, produk iB hasanah card *Gold*, dan produk iB hasanah card *Platinum*. Kelebihan yang di miliki dari produk iB hasanah card sendiri sudah di jelaskan oleh responden pertama, tapi disini saya akan mengatakan bahwasanya kelebihan yang di jelaskan di atas adalah kelebihan secara umum, dan untuk setiap kartu pembiayaan ini mempunyai kelebihannya tersendiri yang berbeda-beda. sesuai dengan limit dan kouta yang telah ditetapkan. Menurut responden peluang yang nampak bagi produk iB hasanah card adalah perusahaan-perusahaan besar seperti BPJS, nasabah yang gajihnya sudah diatas kebutuhan, wirausaha serta masyarakat yang mempunyai finansial yang mempuni.

Adapun strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin ini sama saja dengan produk lain yaitu *cross selling* dimana *costomer service* lah yang berperan penting pada hal ini, dimana sambil melakukan transaksi lain *costomer service* sambil menawarkan produk iB hasanah card kepada para nasabah ataupun calon nasabah yang finansial nya bisa

terlihat baik dan ditambah dengan cara *marketing* yang mana memasarkan produk ke perusahaan-perusahaan besar.

Dalam strategi pemasaran syariah, PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin juga menyertakan konsep keteladanan sifat Rasulullah Saw yang mana dalam memasarkan produknya bank muammalat senantiasa mengedepankan kebenaran informasi yang di berikan dan jujur (*shiddiq*) dalam menjelaskan keunggulan produk-produk yang dimiliki. Sekiranya dalam produk di jelaskan kelemahan atau cacat, maka pihak bank menyampaikan secara jujur kelemahan atau cacat produknya kepada calon nasabah, selalu terpercaya (*amanah*) yang di tampilkan dalam keterbukaan, kejujuran dan memberikan pelayanan yang optimal kepada calon nasabah maupun nasabah lama, cerdas (*fathanah*) dan menganalisis situasi persaingan dan perubahan-perubahan di waktu yang akan datang, serta komunikatif (*tabligh*) agar mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong. Dia harus jadi seorang komunikator yang bisa berbicara dengan nada yang bijaksana serta tepat sasaran kepada mitra bisnisnya. Adapun pangsa pasar produk iB hasanah card adalah seluruh lapisan masyarakat yang tidak hanya muslim tetapi non muslim juga yang memiliki keuangan dalam segi finansial yang baik. Akad yang di gunakan untuk produk iB hasanah card ini ada tiga jenis, yaitu akad kafalah, akad qardh dan akad ijarah.<sup>2</sup>

- b. Identitas Informan (Nasabah Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin)

---

<sup>2</sup> Gt.M.Fajar, sebagai *Funding Assistant* BNI Syariah cabang Banjarmasin, Wawancara Pribadi, Banjarmasin.02 Desember 2017, pukul 16:15 WITA.

- 1) Nama : Rosicahyani Putri  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl.Pekapuran Raya.Gg.lembu jantan No.5A

Menurut informan produk iB hasanah card adalah pembiayaan yang menguntungkan buat keperluan mendesak. Kelebihan dan kekurangan yang dirasakan oleh informan selama menggunakan produk iB hasanah card ini. Kelebihan yang secara umum dapat dirasakan adalah karena produk iB hasanah card ini di terima di seluruh dunia, dan yang paling utama adalah bisa otodebet zakat, infaq, sedekah, dan wakaf. Sedangkan kekurangan yang informan rasakan untuk sekarang adalah setiap nasabah tidak bisa memiliki lebih dari ketentuan hak milik untuk setiap kartu di bawah penghasilan Rp.10.000.000,-.

- 2) Nama : Arpani  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Komplek Bunyamin 3 No.08

Menurut informan produk iB hasanah card adalah pembiayaan yang menguntungkan ketika saat mendesak saat kita lupa membawa uang cas atau kartu debit yang limitnya kurang maka disitu kegunaan dari adanya produk iB hasanah card yang bisa membayarkan tagihan kita dulu dengan di bayarkan oleh pihak bank BNI Syariah menjadi penanggung bagi nasabahnya. Teruntuk kelebihan yang dapat dirasakan adalah pemegang kartu pembiayaan ini atas satu nama tetapi bisa menjadi pemilik kartu tambahan, artinya siapa yang kita inginkan untuk menggunakannya dan memiliki izin dari atas pemilik kartu pertama untuk menggunakannya, dan asilitas tarik tunai pengambilan uang tunai melalui ATM

BNI maupun ATM bank lain yang memiliki jaringan MasterCard jaringan ini dapat di temui di logo Cirrus. Sedangkan kekurangannya batasan dalam menggunakan kartu pembiayaan dan dipantau dalam pemakaiannya tidak sama dengan lembaga keuangan lainnya yang membebaskan untuk apa saja kartu itu di gunakan, dan belum ada kerja sama dengan butik butik ternama atau tempat berbelanja tertentu.

## 2. Kategorisasi

Tabel .4.3 : kategorisasi

Responden	Analisis	Kendala-	Alasan
	Strategi Pemasaran Produk iB hasanah card Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin	Kendala yang Di Hadapi dalam Memasarkan Produk iB hasanah card di PT. Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin	
Miftahul Fajri <i>Consumer Processing Head (CPH)</i>	Bagian <i>marketing</i> yang pergi keperusahaan-	Produk Pembiayaan ini juga dimiliki lembaga	Karena yang kebanyakannya mengambil produk iB

	<p>perusahaan melakukan penawaran dengan cara persentasi dan sosialisasi terhadap produk iB hasanah card</p>	<p>keuangan lainnya hanya saja beda nama produknya dan konsep kerjanya. Dan asosiasi atau kerja sama dengan organisasi pendukung</p>	<p>hasanah card ini adalah individual yang mendapat infomasi dari persentasi pihak Bank BNI Syariah keperusahaan tempat nasabah bekerja.</p>
<p>Gt.M.Fajar <i>Funding Assistant</i></p>	<p>Menggunakan Strategi <i>Cross selling</i></p>	<p>Persaingan dengan lembaga keuangan lainnya dan kurangnya paham SDM tentang produk ini.</p>	<p>Karena dengan <i>cross selling</i> pemasaran terhadap suatu produk akan langsung sampai dan jelas kepada nasabah karena d tawarkan langsung.</p>

## **B. Analisis Data**

### **1. Analisis Strategi Pemasaran Produk iB hasanah card Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin.**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang didapatkan peneliti pada saat melakukan penelitian melalui observasi awal, dimana peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran produk iB hasanah card pada PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin. Di karenakan setelah melakukan penelitian lebih lanjut melalui wawancara dan studi dokumentasi, maka di peroleh hasil-hasil temuan yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk iB hasanah card pada PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin

Melihat dari perkembang zaman dimana semakin meningkatnya kebutuhan dari masyarakat dan salah satu kebutuhan yang sekarang lagi trend adalah kartu kredit, yang mana PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin juga menyediakan kartu kredit berbasis syariah yang disebut dengan kartu pembiayaan dengan nama produk iB hasanah card. Produk iB hasanah card adalah produk pembiayaan yang mana di peruntungkan bagi nasabah yang mempunyai wirausaha, seorang karyawan atau pegawai dan bisa juga buat perusahaan-perusahaan besar yang sudah lama beroperasi dan unggul. iB hasanah card berfungsi sebagai kartu pembiayaan yang berdasarakan prinsip syariah, yaitu dengan sistem perhitungan biaya bersifat tetap, adil, transparan, dan kompetitif tanpa perhitungan bunga. Semua orang bisa memiliki produk iB hasanah card dengan ketentuan yang ada dan utama adalah seseorang yang dalam segi ekonomi finansial mencukupi.

Produk iB hasanah card ini memiliki 3 jenis kartu yang mana setiap kartu memiliki keunggulan masing-masing dan setiap kartu mempunyai limit yang berbeda beda, dan 3 jenis kartu pada produk iB hasanah card antara lain, produk iB hasanah card *classic*, produk iB hasanah card *gold*, dan produk iB hasanah card *platinum*, hanya saja tidak semua nasabah bisa mendapatkan produk iB hasanah card tergantung dari siapa yang mampu dalam keadaan perekonomian finansial untuk membayaran iuran bulanan.

Akad yang digunakan pada produk iB hasanah card ada 3 jenis, yang mana mempunyai kegunaan yang berbeda dan subtansi yang berbeda pula, antara lain:

- a. Akad kafalah, BNI Syariah adalah penjamin (*kafil*) bagi pemegang iB hasanah card terhadap merchant atas semua kewajiban bayar (*dayn*) yang timbul dari transaksi antara pemegang iB hasanah card dengan Merchant, dan atau penarikan tunai. Atas pemberian kafalah, penerbit kartu dapat menerima *fee*.
- b. Akad qardh, BNI Syariah adalah sebagai pemberi pinjaman dana kepada pemegang iB hasanah card untuk semua transaksi penarikan tunai dengan menggunakan kartu dan atau transaksi peminjaman dana.
- c. Akad ijarah, BNI Syariah adalah penyedia alat atau jasa sistem pembayaran dan juga pelayanan untuk semua pemegang iB hasanah card dan oleh karena itu BNI Syariah akan menagihkan biaya iuran kartu kepada pemegang iB hasanah card atau disebut

dengan *annual membership free*. *Membership free (rusum al-'udhwiyah)* adalah iuran keanggotaan, termasuk perpanjangan keanggotaan dari pemegang kartu, sebagai imbalan '*Ujrah* atas izin menggunakan kartu yang pembayarannya berdasarkan kesepakatan.

Selain itu, Kartu pembiayaan ini juga menetapkan fee yang harus dibayar oleh anggota, fee-fee tersebut terdiri dari tiga jenis yaitu:

- 1) *Membership Fee*, yaitu *Merchant Fee* adalah fee yang diberikan oleh merchant kepada penerbit kartu sehubungan dengan transaksi yang menggunakan kartu sebagai upah/imbalan (*Ujrah*) atas jasa perantara (*Samsarah*), pemasaran (*Taswiq*) dan penagihan (*Tahsil al dayn*).
- 2) *Fee* penarik uang tunai, adalah fee atas penggunaan fasilitas untuk penarikan uang tunai (*Rusum sahb al nuqub*) sebagai fee atas pelayanan dan penggunaan fasilitas yang besarnya tidak dikaitkan dengan jumlah penarikan.
- 3) *Fee kafalah*, penerbit kartu boleh menerima fee dari pemegang kartu atas pemberian *kafalah*.

Pemasaran yang dilakukan untuk produk iB hasanah card pada Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin di lakukan harus sebaik mungkin agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya yang mempunyai produk pembiayaan ini, baik itu lembaga keuangan syariah ataupun lembaga keuangan konvensional. Agar dapat bertahan di tengah maraknya persaingan antar lembaga keuangan atau

bank, maka dari itu bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin harus memiliki strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya, terutama produk iB hasanah card.

Pemasaran produk iB hasanah card pada PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin ini tidak semata-mata hanya menjual produk, tetapi juga mempertahankan nasabah yang ada dengan memberikan kenyamanan, menyediakan kebutuhan dan keamanan dengan memperbaiki kualitas dan tetap mengedepankan integritas PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin dengan tetap melakukan semua kegiatannya dengan prinsip syariah.

Selain memperhatikan keunggulan dan kelebihan dalam suatu produk kita juga harus melihat segmentasi pasar dan target pemasaran. Segmentasi pasar perlu diperhatikan mengingat di dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhan. Setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri.<sup>3</sup> Sedangkan target pemasaran adalah proses penyeleksian produk baik barang maupun jasa atau pelayanan terbaik sehingga benar-benar berada pada posisi terbaik guna mencapai keberhasilan perusahaan.<sup>4</sup>

Segmentasi dan target pemasaran yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin harus sesuai dengan produk yang ditawarkan. Target pemasaran Produk iB hasanah card pada PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin di tunjukkan kepada seluruh lapisan masyarakat, perusahaan-perusahaan besar yang sudah lama beroperasi, wirausaha, pegawai negeri sipil

---

<sup>3</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Cet.4 (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003), hlm.181.

<sup>4</sup> M .Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.96.

(PNS), hanya saja yang bisa menggunakan dan mendapatkan Produk iB hasanah card ini adalah kalangan yang dalam segi ekonomi finansialnya mampu membayar tagihan kedepannya bukan hanya menggunakan dan pihak bank PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin tidak menganjurkan menggunakan produk ini secara berlebihan atau israf. Produk iB hasanah card ini tidak hanya terfokus pada masyarakat muslim karena produk ini berbasis syariah tetapi di buka lebar bagi masyarakat non muslim untuk menggunakannya dengan ketentuan yang ada.

Adapun alasan kenapa target pemasaran produk iB hasanah card adalah seluruh lapisan masyarakat, seperti perusahaan-perusahaan, wirausaha, pegawai negeri sipil (PNS) yang mana lapisan ini mempunyai finansial yang baik, karena setiap orang pasti mempunyai keinginan yang lebih melebihi kebutuhan yang di haruskan tetapi tidak semua orang bisa mewujudkan keinginan mereka dan juga setiap orang mempunyai kesibukan dan ketika lagi diluar rumah ada yang lupa membawa uang tunai atau debit kurang dari harga total belanja di situ guna adanya Produk iB hasanah card, bukan semata-mata untuk membantu kita boros tetapi membantu keperluan mendesak kita.

Setelah segmentasi dan target pemasaran di tentukan, langkah selanjutnya adalah menentukan strategi pemasaran seperti apa yang cocok di gunakan PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk iB hasanah card, karena berhasil atau tidaknya suatu bank dalam memasarkan produk yang dihasilkan baik itu berbentuk barang atau jasa yang terutama adalah bagaimana strategi pemasaran yang baik dan tepat, sebab strategi dalam

memasarkan sebuah produk merupakan ujung tombak bagi bank dalam mencapai tujuannya.

Strategi pemasaran adalah upaya untuk meliha bagaimana kemampuan para pesaing dan kemampuann yang dimiliki perusahaan dengan tetap memperhatikan kebutuhan nasabah.<sup>5</sup> Pendapat lain mengatakan strategi pemasaran adalah suatu cara yang dilakukan oleh penjual untuk mempengaruhi pembeli.

Melalui pemasaran, bank dapat memperkenalkan produk yang di tawarkan secara lebih luas kepada masyarakat, baik itu cara promosi ataupun cara lainnya. Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah suatu proses 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.<sup>6</sup> Pemasaran juga bisa dikatakan upaya untuk menjual suatu produk kepada beberapa pihak dengan tujuan tertentu.<sup>7</sup>

Pemasaran syariah adalah penerapan suatu kegiatan yang berbasis syariah dan mengikuti prinsip syariat agama, jadi konsep pemasaran syariah adalah yang berdasarkan dari konsep keIslaman yang diajarkan oleh Nabi Muhammad Saw. Nilai utama dari pemasaran syariah adalah integritas dan keterbukaan atau transparansi. Sehingga karyawan bank tidak boleh membohongi dengan memberikan iming-iming hadiah yang tidak bisa ia dapatkan dengan sebenarnya.

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm.70 .

<sup>6</sup> Kotler Philip, Arinstrong Gery, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Penerjemah Alexander Doro, ed.9. Jilid 9 (Jakarta: PT. Indeks, 2004), hlm.7.

<sup>7</sup> Kasmir Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, cet.2 (Jakarta : Kencana, 2004), hlm.74.

Dalam strategi pemasaran syariah, PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin juga menyertakan konsep keteladanan sifat Rasulullah Saw. Ada beberapa nilai-nilai dalam pemasaran syariah yang mengambil konsep dari Rasulullah Saw, yaitu sifat *shiddiq* sendiri artinya seorang pemasar haruslah menjwai seluruh prilakunya dalam melakukan pemasaran, hubungannya dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya. Ia senantiasa mengedepankan informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan keunggulan-keunggulan produk yang dimiliki. Sekiranya dalam produk yang di pasarkan terdapat kelemahan atau cacat, maka ia menyampaikan secara jujur kelemahan atau cacat produknya kepada calon pembeli. *Amanah* artinya terpercaya, seseorang yang bertanggung jawab, jujur dan juga dapat dipercaya dan seseorang yang bisa memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah atau konsumen. Integritas seseorang dpaat dilihat saat orang tersebut diberi amanah dan kepercayaan atau tanggung jawab atas suatu hal kepadanya. *Fathanah* bisa diartikan adalah seseorang yang mempunyai intelektual, kebijaksanaan ataupun kecerdikan. Pelaku bisnis syariah juga memiliki sifat *fathanah*, agar usahanya bisa lebi efektif dan efesien serta mampu menganalisis situasi persaingan dan perubahan-perubahan di waktu yang akan datang. Seseorang yang mempunyai sifat *fathanah* kebanyakan dia memiliki kreatifitas dan kemampuan dalam hal inovasi yang bermanfaat. Kreatif dan Inofatif hanya dimiiki ketika seseorang mau berusaha dan mencoba dengan menambah berbagai ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaanya ataupun berhubungan dengan perusahaan langsung. Jika

seorang pemasar ia harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan. Dia harus menjadi seorang komunikator yang bisa bicara dengan bernada bijaksana serta tepat sasaran kepada mitra bisnisnya. Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapannya terasa berat dan berbobot.

Sebagaimana yang kita ketahui, dalam Islam semua tindakan manusia di dunia ini adalah semata-mata untuk ibadah dan mencari ridha Allah SWT. Begitu pula dengan tindakan kita dalam berbisnis. Hal ini juga perlu diterapkan oleh PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin dalam menjalankan strategi pemasaran, dan juga mencontoh sifat-sifat teladan dari Rasulullah Saw.

Adapun strategi pemasaran produk iB hasanah card pada Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin adalah sebagai berikut:

- a. Teknik *Cross Selling*, yaitu menawarkan produk iB hasanah card kepada setiap nasabah yang datang untuk melakukan transaksi di bank.
- b. Teknik *Marketing*, yaitu Bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan atau dinas terkait yang belum ada memiliki pembiayaan yang berbentuk mengikat dalam jangka lama.
- c. Mengadakan *event* atau pameran sebagai ajang promosi untuk memperkenalkan semua produk dan salah satunya produk iB hasanah card.
- d. Menyediakan iklan berupa brosur.

Dilihat dari segi lokasi, letak PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin sangat strategis karena di pinggir jalan raya utama menjadikan nasabah mudah untuk berkunjung. Dan juga karena di sekitaran PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin banyak perusahaan-perusahaan besar.

Strategi pemasaran yang menjadi prioritas bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk iB hasanah card adalah *Cross Selling* dan *Marketing*. Menurut responden, strategi pemasaran dengan menggunakan teknik ini mampu menarik minat nasabah karena dapat menawarkan dan menjelaskan produk secara efektif dan efisien dengan cara *face to face* dengan calon nasabah di sela-sela transaksi yang dilakukan.

Strategi produk yang digunakan pada iB hasanah card ini menggunakan sistem pinjaman, yaitu dengan menggunakan akad yang di gunakan untuk produk iB hasanah card ini ada tiga jenis, yaitu akad kafalah, akad qardh dan akad ijarah.

Menyangkut limit setiap produk iB hasanah card mempunyai limit yang berbeda-beda, di karenakan produk iB hasanah card mempunyai tiga jenis kartu yang mempunyai fasilitas dan keunggulan yang berbeda-beda. Teruntuk produk iB hasanah card *classic* limit untuk kartu IB hasanah card *classic* mulai dari Rp.4.000.000,-per bulan. Sementara itu, untuk kartu iB hasanah card *gold* memegang ketentuan limit yang sama seperti BNI Visa Gold reguler yaitu dengan limit kartu kredit mulai dari Rp.10.000.000,- smpai dengan Rp.40.0000.000. Dan Untuk jenis kartu iB hasanah card *platinum*, rentang limit kartu kredit di mulai dari Rp.40.000.000,- juta sampai dengan Rp.900.000.000,-.

Promosi yang digunakan PT. Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yaitu dengan menggunakan brosur, *cross selling*, dan *marketing* atau sosialisasi dengan membuka stand di event-event tertentu dengan tujuan memperkenalkan dan menarik minat calon nasabah baru untuk produk iB hasanah card.

## **2. Kendala-Kendala yang Di Hadapi dalam Memasarkan Produk iB hasanah card di BNI Syariah cabang Banjarmasin.**

Pemasaran produk khususnya pada lembaga keuangan atau bank mengalami persaingan yang sangat dan semakin ketat, baik itu bank syariah ataupun konvensional. Persaingan yang ketat membuat bank berlomba-lomba membuat kreatifitas dalam bentuk pemasaran produk mereka masing-masing. Namun, tidak semua kegiatan pemasaran yang dilakukan berjalan lancar dan mulus sesuai target yang diinginkan, tidak sedikit lembaga keuangan atau bank yang mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya, yang mana hambatan dan halangan itu tidak hanya terdapat dari eksternal saja tetapi bisa juga dari internal perusahaan.

Salah satu Produk PT. Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin yang lagi naik daun adalah produk iB hasanah card. Apalagi sekarang adalah dunia modern yang kebanyakan orang bilang "kids zaman now" yang mana banyaknya permintaan dari penawaran, keinginan lebih banyak dari kebutuhan hidup yang mana inilah yang menjadi landasan mengapa Produk iB hasanah card menjadi minat dan keunggulan tersendiri bagi bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin.

Produk iB hasanah card pada bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin mengalami banyak tantangan serta memiliki banyak kendala juga di dalam pemasarannya, dan mesti salah satu kendalanya adalah semakin ketatnya persaingan antar bank sangat mempengaruhi perkembangannya. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi pada instansi keuangan yang berbasis syariah saja tetapi juga pada instansi atau lembaga keuangan konvensional.

Persaingan antar bank dalam memasarkan Produk iB hasanah card merupakan kendala bagi PT.Bank BNI Syariah cabang Banjarmasin. Selain itu, kelemahan dan kekurangan produk juga menjadi kendala yang cukup berpengaruh terhadap pemasaran produk tersebut, sehingga untuk bersaing dengan instansi atau lembaga keuangan lainnya pihak PT.Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin harus melakukan teknik pemasaran dengan efektif dan efisien. Selain teknik pemasaran seperti apa yang cocok untuk diterapkan oleh bank, bank juga harus mengetahui kendala-kendala yang di hadapi dalam memasarkan produk iB hasanah card di PT.Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin

Kendala-Kendala yang di hadapi dalam memasarkan produk iB hasanah card di BNI Syariah cabang Banjarmasin baik internal ataupun eksternal adalah :

- a. Banyaknya lembaga keuangan yang memberikan layanan atau pembiayaan yang sama dengan Produk iB hasanah card.
- b. Limit perbulan yang lumayan menguras kantong, yang mana terkadang tidak sesuai pemakaian.
- c. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah

- d. Penyama rataan pengertian dari Produk iB hasanah card dengan kartu kredit konvensional.

Menurut informasi yang didapat dari beberapa nasabah yang menggunakan produk iB hasanah card pada PT.Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin, ada yang mengeluhkan tentang produk iB hasanah card ini dikarenakan setiap nasabah tidak bisa memiliki lebih dari ketentuan hak milik untuk setiap kartu di bawah penghasilan Rp.10.000.000,- dan limit perbulan yang lumayan tinggi apabila di hitung perbulan, di mana kadang kala tidak sesuai dengan pembelanjaan saat menggunakan produk iB hasanah card.

Menurut salah satu responden bagian *Funding Assistant* PT.Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin yang dapat dilakukan untuk menghadapi kendala-kendala yang di hadapi dalam memasakan produk iB hasanah card di PT.Bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin adalah dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki produk iB hasanah card. Jika hanya melihat dari kendala-kendala yang terjadi maka bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin akan sulit dan susah berkembang. Di karenakan masih banyaknya masyarakat luas yang melihat suatu produk dari keunggulan yang dimiliki dan sub manfaat atas suatu produk meskipun tidak sedikit juga masih banyak masyarakat yang mempertimbangkan suatu produk sebelum menggunakannya.

Mengingat setiap lingkungan pemasaran melihat akan hal berupa kesempatan dan ancaman bagi bank, maka perlu adanya analisis SWOT terhadap suatu produk tersebut yang mana analisis SWOT tersebut adalah (*Streanght, Weakness, Oppurtunity, dan Threat*). Analisis yang mengetahui

bagaimana kekuatan dan kelemahan tentang suatu hal dan sekaligus mengetahui bagaimana peluang dan ancaman bagi bank tersebut.<sup>8</sup>

Adapun analisis SWOT pada produk iB hasanah card di bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin, adalah sebagai berikut :

- 1) Kekuatan (*Streanght*)
  - a) Tidak adanya menganut prinsip riba
  - b) Tidak membedakan adanya transaksi retail dan tansaksi tarik tunai.
  - c) Bisa digunakan di merchant yang bertanda MasterCard dan ATM yang bertanda logo Cirrus.
  - d) Fitur lengkap.
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
  - a) Kurangnya masih promosi dan pemasaran.
  - b) Kurangnya SDM yang pofesional di dalam bidang produk iB hasanah card
  - c) Kurangnya kerja sama dengan asosiasi dan organisasi pendukung.
  - d) Penyama rataan produk iB hasanah card dengan kartu kredit konvensional.
- 3) Peluang (*Oppurtunity*)
  - a) Letak bank yang strategis

---

<sup>8</sup> Malayu S.P .Hasibun, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Akasara ,2002), hlm.151.

- b) Mayoritas masyarakat Banjarmasin beragama Islam, tapi tidak menutup kemungkinan bagi non muslim untuk menggunakan produk ini.
  - c) Masih banyak perusahaan yang belum bekerjasama dengan produk penyaluran dana pada pembiayaan produk IB hasanah card.
- 4) Ancaman (*Threath*)
- a) Jumlah pesaing yang semakin banyak
  - b) Perkembangan teknologi yang semakin pesat.
  - c) Kondisi perekonomian yang tidak menentu (*interdependent risk on bank*)

Tabel 4.4 : Analisis SWOT

<p style="text-align: center;"><b>Internal</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Eksternal</b></p>	<p><b>Streanght (S)</b></p> <p>1.Tidak adanya menganut prinsip riba.</p> <p>2.Tidak membedakan adanya transaksi retail dan tansaksi tarik tunai.</p> <p>3.Bisa digunakan di merchant yang bertanda MasterCard dan ATM yang bertanda logo Cirrus.</p> <p>4.Fitur lengkap</p>	<p><b>Weakness (W)</b></p> <p>1.Kurangnya masih promosi dan pemasaran.</p> <p>2.Kurangnya SDM yang pofesional di dalam bidang produk iB hasanah card Kurangnya kerja sama dengan asosiasi dan organisasi pendukung.</p> <p>3.Penyama rataan produk iB hasanah card dengan kartu kredit konvensional</p>
<p><b>Oppurtunity (O)</b></p> <p>1.Letak bank yang strategis</p> <p>2.Mayoritas masyarakat Banjarmasin beragama Islam, tapi tidak menutup kemungkinan bagi non muslim untuk</p>	<p><b>Strategi (SO)</b></p> <p>1.Memperkenalkan keunggulan dan manfaat dari produk iB hasanah card.</p> <p>2.Membuat iklan dan brosur maupun media cetak atau elektronik.</p>	<p><b>Strategi (WO)</b></p> <p>1.Lebih sering mengadakan sosialisasi.</p> <p>2. Lebih memperbaiki strategi pemasaran yang ada.</p>

<p>menggunakan produk ini.</p> <p>3. Masih banyak perusahaan yang belum bekerjasama dengan produk penyaluran dana pada pembiayaan produk IB hasanah card.</p>	<p>3. mengajak perusahaan atau instansi yang belum mempunyai produk iB hasanah card.</p>	
<p><b>Threat (T)</b></p> <p>1. Jumlah pesaing yang semakin banyak.</p> <p>2. Perkembangan teknologi yang semakin pesat.</p> <p>3. Kondisi perekonomian yang tidak menentu (<i>interdependent risk on bank</i>)</p>	<p><b>Strategi (ST)</b></p> <p>1. Memberikan pelayanan sebaik mungkin.</p> <p>2. Memberikan pemahaman tentang perbedaan bank syariah dengan bank konvensional dan keunggulan dari bank syariah teruntuk produk iB hasanah card.</p>	<p><b>Strategi (WT)</b></p> <p>1. Membuat teknik pemasaran yang lebih kreatif lagi.</p> <p>2. produk iB hasanah card adalah salah satu produk unggulan bagi bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin.</p>

Sumber: Freddy Rangkti, SWOT Balanced Scorecard.

Keterangan :

- a. Strategi SO strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan dengan memanfaatkan peluang, yaitu :
  - 1) Memperkenalkan keunggulan dan manfaat produk iB hasanah card
  - 2) Membuat iklan baik itu brosur atau dari media elektronik.
  - 3) Mengajak para pengusaha atau perusahaan untuk bergabung dan bekerjasama dalam memasarkan dan menggunakan produk iB hasanah card.
- b. Strategi ST strategi ini adalah untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki produk iB hasanah card dengan cara menghindari ancaman, yaitu :
  - 1) Memberikan pelayanan sebaik mungkin.
  - 2) Memberikan pemahaman dan sosialisasi tentang bank syariah.
- c. Strategi WO strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki, yaitu :
  - 1) Lebih sering melakukan konsolidasi dan juga sosialisasi dengan perusahaan-perusahaan dan juga wirausaha.
  - 2) Lebih memperbaiki lagi kualitas dalam pemasaran dengan se efektif dan efisien mungkin.
- d. Strategi WT strategi ini didasarkan pada kegiatan yang ditunjukkan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman, yaitu :

- 1) Merubah metode pemasaran dengan lebih kreatif lagi agar nasabah lebih memahami tentang produk yang kita tawarkan.

Produk ib hasanah adalah produk unggulan yang mempunyai keunggulan dan fasilitas yang banyak dan yang terpenting, nasabah pengguna produk iB hasanah card lebih di pantau dan di ayomi oleh pihak bank BNI Syariah