

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada narasumber, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Profil PT BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Sejak awal didirikan pada tanggal 5 Juli 1946, sebagai Bank Pertama yang secara resmi dimiliki Negara RI, BNI merupakan pelopor terciptanya berbagai produk dan layanan jasa perbankan. BNI terus memperluas peranannya, tidak hanya terbatas sebagai bank pembangunan, tetapi juga ikut melayani kebutuhan transaksi perbankan masyarakat umum dengan berbagai segmentasinya, mulai dari Bank Terapung, Bank Sarinah (bank khusus perempuan) sampai dengan Bank Bocah khusus anak-anak. Seiring dengan pertambahan usianya yang memasuki 67 tahun, BNI tetap kokoh berdiri dan siap bersaing di industri perbankan yang semakin kompetitif. Dengan semangat “Tak Henti Berkarya” BNI akan terus berinovasi dan berkreasi, tidak hanya terbatas pada penciptaan produk dan layanan perbankan, bahkan lebih dari itu BNI juga bertekad untuk menciptakan “value” pada setiap karyanya.

Berdiri sejak 1946, BNI yang dahulu dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan Bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia, sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian

dari identitas perusahaan, nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan mulai akhir tahun 1968. Perubahan ini menjadikan Bank Negara Indonesia lebih dikenal sebagai “BNI 46” dan ditetapkan bersamaan dengan perubahan identitas perusahaan tahun 1988. Dari tahun ke tahun BNI selalu menunjukkan kekuatannya dalam industri perbankan dan kepercayaan masyarakat pun terbangun dalam memilih Bank Negara Indonesia sebagai pilihan tempat penyimpanan segala alat kekayaan yang terpercaya. Permintaan akan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah pun mulai bermunculan yang pada akhirnya BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep dual system banking, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus.

Dengan berdasarkan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channeling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh K.H Ma’ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Didalam *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari factor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU NO.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. September 2013 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 64 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 16 Payment Point. Sebelumnya BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin bertempat di Jalan Veteran No.22. setelah itu pada tahun 2000 BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin pindah ke Jalan A.Yani, km.4,5.

b. Visi, Misi, Motto BNI Syariah

Setiap perusahaan baik dalam bidang bisnis maupun jasa pasti memiliki yang namanya sebuah visi, misi dan motto perusahaan ataupun organisasi. Setiap perusahaan pastilah memiliki visi dan misi yang berbeda, tergantung tujuan yang akan dicapai oleh masing masing perusahaan. Adapun motto yang dimiliki BNI syariah ialah “memberikan yang terbaik sesuai akidah”. Sedangkan Visi BNI Syariah adalah sebagai berikut. “*menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja dengan menjalankan bisnis sesuai dengan kaidah sehingga insyaallah membawa berkah*”.

Mewujudkan suatu visi harus didukung dengan suatu misi. Misi merupakan sebuah pernyataan yang mengakankan visi, yang memaparkan secara garis besar dan sesuai visinya. Bank BNI Syariah terus menerus melakukan perbaikan dalam layanan dan kinerja dengan serangkaian *training* dan motivasi untuk meningkatkan suatu serta kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada masyarakat. Misi dari BNI Syariah adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli kepada kelestarian lingkungan.
2. Memberi solusi kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

Di dalam mencapai misinya, BNI Syariah selalu berupaya memberikan layanan yang terbaik bagi nasabah atau *mudharib* mulai dari memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat sampai memelihara (*maintaince*) hubungan baik.

2. Gambaran Produk Tabungan di BNI Syariah

Produk Tabungan di BNI Syariah terdiri dari beberapa produk yaitu:

- a. Tabungan BNI iB Hasanah
- b. Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah
- c. Tabunganku iB Hasanah

- d. Tabungan Prima iB Hasanah
- e. Tabungan Dollar iB Hasanah
- f. Tabungan Baitullah iB Hasanah
- g. Tabungan Simple iB Hasanah
- h. Tabungan Tunas iB Hasanah
- i. Tabungan Tapenas iB Hasanah

Dari sekian banyak produk tabungan yang di miliki BNI Syariah, penulis memilih salah satu produk yang diteliti yaitu produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah

3. Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah

a. Pengertian Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah

BNI Bisnis iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudharabah dan Wadiah yang dilengkapi dengan detil mutasi debit dan kredit. Tabungan dengan informasi transaksi dan mutasi rekening yang lebih detail, bagi hasil yang kompetitif, serta berbagai fasilitas transaksi e-Banking(Ardiansyah, 9 Jenis Produk Tabungan BNI Syariah)

b. Tujuan Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah

Tujuannya adalah menjadi rekening tabungan syariah yang membantu kelancaran bisnis dan kemudahan bertransaksi.

c. Manfaat Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah

- 1) Detail mutasi transaksi pada buku tabungan.

- 2) BNI Syariah Card Gold sebagai kartu ATM pada jaringan ATM (ATM BNI, ATM bersama, ATM Link, ATM Prima dan Cirrus) dan kartu belanja (Debit Card) di merchant berlogo Mastercard di seluruh dunia.
 - 3) Dapat melakukan transaksi di counter teller BNI dan BNI Syariah seluruh Indonesia.
 - 4) Fasilitas Executive Lounge di Bandara yang bekerjasama dengan BNI Syariah.
 - 5) Pembukaan rekening otomatis berinfak Rp 500,-.
 - 6) Dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.
- d. Persyaratan pembuatan rekening Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah
- 1) Perorangan
 - Mengisi aplikasi pembukaan rekening yang didalamnya termasuk formulir.
 - Menyerahkan bukti dibentuknya perorangan (KTP/Paspor untuk WNI dan KOMUNITAS untuk WNA) yang masih berlaku.
 - Melakukan setoran minimum yang ditetapkan.
 - 2) Non Perorangan
 - Mengisi aplikasi pembukaan rekening yang didalamnya termasuk formulir.
 - Menyerahkan Fotokopi identitas (NPWP).

- Menyerahkan Fotokopi Akta dan SK domisili yang masih berlaku.
- Menyerahkan Fotokopi dokumen izin usaha yaitu TDP dan SIUP bagi Badan Hukum selain Yayasan dan Firma Hukum (Law Firm).
- Menyerahkan bukti identitas pihak yang memberi dan menerima kuasa dalam pembukaan rekening yaitu KTP yang sah dan masih berlaku, apabila pengelolaan rekening non perorangan dilaksanakan dengan kuasa.
- Bagi yayasan agar memberikan daftar susunan Pembina, Pengurus dan Pengawas terakhir sesuai dengan Anggaran Dasar perubahan yang terakhir berikut fotokopi bukti identitas yaitu KTP yang sah dan masih berlaku, yang penyerahannya dengan memperlihatkan aslinya.
- Khusus untuk rekening Giro, agar menyampaikan surat referensi.

4. *Job Description* atau Gambaran Tugas Informan

Berikut adalah gambaran tugas atau *job description* informan dalam penelitian ini:

a. Manajer Operasional di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

- 1) Mengawasi serta melakukan koordinasi kegiatan operasional (manager bank harus melakukan koordinasi untuk pengawasan

semua aktivitas yang dilakukan oleh staff perbankan dikantor cabang. Koordinasi tersebut dilakukan agar kegiatan operasional perbankan bisa berjalan dengan maksimal dan tidak ada kegiatan operasional yang sia-sia.

2) Memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan

Pemasaran perbankan sangat penting dilakukan, hal ini untuk memaksimalkan pendapatan bank. Manager bank harus bisa memimpin kegiatan pemasaran produk-produk perbankan. Kegiatan pemasaran tersebut bisa menggunakan dana yang seefektif dan seefisien mungkin agar program pemasaran yang direncanakan bisa dijalankan dengan baik

3) Memonitor kegiatan operasional perusahaan

Monitoring kegiatan operasional perusahaan bisa dilakukan dengan menyusun rencana bisnis bank, setelah penyusunan tersebut maka manager bank bisa menjalankan rencana bisnis bank yang sesuai bersama dengan staff-staffnya di kantor cabang. Penyusun rencana bisnis bank bukan hanya disusun dan dijalankan saja. Namun manager bank juga harus memonitor rencana tersebut apakah benar-benar dijalankan dengan baik oleh staff-staffnya atau tidak.

4) Memantau prosedur operasional manajemen resiko

Sebagai seorang manajer cabang, tugasnya bukan hanya mengawasi kegiatan operasional perbankan, namun manajer juga harus memantau prosedur operasional dalam hal manajemen resiko. Dalam

kegiatannya tentu banyak resiko yang harus diambil oleh manajer selaku pimpinan, hal ini bisa diminimalkan dengan pemantauan manajemen resiko perbankan secara tepat.

5) Melakukan kegiatan pengembangan operasional

Kegiatan operasional kantor cabang juga harus dikembangkan, apakah itu pelayanannya ataupun produk-produk perbankan yang dimiliki. Pengembangan kegiatan dalam hal pelayanan bisa dilakukan manager cabang dengan mengadakan training secara rutin. Kegiatan yang lain juga bisa dilakukan oleh pihak perbankan adalah dengan mengadakan rapat kinerja staff secara rutin.

6) Observasi atas kinerja karyawan

Manager cabang bank bisa melakukan observasi langsung terhadap kinerja bawahannya. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana karyawan melakukan pekerjaan yang ditugaskan oleh manager.

7) Memberikan solusi terhadap semua masalah

Manager cabang bukan hanya memerintah bawahannya saja, namun manager cabang juga wajib memberikan solusi terhadap semua masalah yang dihadapi karyawannya, baik masalah dengan nasabah ataupun masalah dengan semua karyawan.

8) Memberi penilaian terhadap kinerja karyawan

Manajer cabang bank berhak untuk memberikan penilaian terhadap kinerja yang dilakukan oleh karyawannya).

b. Funding Officer

- 1) Untuk mencari nasabah yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya ke dalam bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri.
- 2) Memperkenalkan, memasarkan, mempromosikan produk perbankan dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri.
- 3) Sebagai orang yang membina hubungan dengan nasabah agar tetap bertahan dan tetap menyimpan dana dibank tersebut.
- 4) Sebagai orang yang menyampaikan informasi berkaitan dengan produk-produk perbankan
- 5) Monitoring produk-produk yang telah terjual
- 6) Melaporkan segala aktifitas dan program yang telah dijalankan secara rinci.
- 7) Bertanggung jawab pada pencapaian target
- 8) Berkomunikasi dengan baik

5. Data Informan dan Uraian Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah hasil dari wawancara langsung kepada staf unit *funding* dan manajer operasional Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, antara lain:

1. Informan pertama:

a. Identitas informan pertama

Nama : Muhammad Yunie
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Manajer Operasional
Alamat : Jl. Ahmad Yani Km 4 No 385

b. Uraian Data

Menurut bapak Yunie yang merupakan manajer operasional Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, produk tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin mulai diterapkan sejak Bank BNI Syariah ada pada tahun 2000 dengan segmen dan target nasabah yaitu nasabah yang membutuhkan sarana transaksi bisnis/usaha limit transaksi yang lebih tinggi dengan tujuan menjadi rekening tabungan syariah yang membantu kelancaran bisnis dan kemudahan bertransaksi. Menurut beliau, ada 2 jenis nasabah di produk tabungan ini yaitu nasabah perorangan dan non-perorangan.

Menurut Bapak Yunie salah satu kelemahan (weakness) produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ini adalah kurangnya pegawai di Bank BNI untuk tenaga pemasar atau tenaga marketing yang memasarkan produk bisnis ini secara continue, karena selama ini nasabah datang sendiri dan mereka tau produk ini dari brosur atau melalui internet. Bukan dari pegawai Bank sendiri karna kurangnya tenaga pemasar di Bank ini sehingga yang mereka dapat terbatas ilmunya yang mereka

dapat yang harusnya A-Z mungkin hanya A-F yang mereka tau, lain dengan petugas yang datang yang menyampaikan full itulah kelemahan produk ini.

Sedangkan kelebihan produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yaitu bisa free lounge bandara, tidak perlu ke antrian umum, bebas administrasi dan cetakan buku lebih detail seperti rekening Koran.

Dan peluang (opportunity) dari produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ini terbuka luas karena adanya keunggulan-keunggulan dari produk tabungan ini yang tidak dimiliki oleh produk tabungan lain, contohnya aja perbankan-perbankan swasta disini membuka tabungan bisnis di Bank BNI Syariah. Kenapa? Karena di bank lain tidak ada yang bisa langsung masuk ke executive lounge bandara.

Serta untuk ancamannya yaitu karena sekarang semua Bank sudah menerapkan system teknologi dan kalau di bank ini di BNI Syariah tidak menerapkan dan mengadopsi teknologi terbaru maka akan tertinggal.

2. Informan kedua:

a. Identitas Informan kedua

Nama : Aisyah Najiha

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : *Unit Funding*

Alamat : Jl. Ahmad Yani Km 4 No 385

b. Uraian Data

Informan kedua peneliti kali ini adalah Ibu Aisyah Najihah atau yang kerap disapa dengan sebutan mba Aisyah oleh rekan kerjanya. Beliau bekerja menjadi marketing unit *funding* sudah sekitar 9 tahun lamanya. Ketika peneliti bertanya apa yang melatarbelakangi adanya produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di bank BNI Syariah kantor cabang Banjarmasin. Dan beliau pun menjawab kalau namanya produk untuk teman-teman cabang tidak tau yang melatarbelakangi adanya produk ini apa karna yang membuat itu kantor pusat, dikantor pusat itu ada visi-visi tersendiri yang memang khusus membuat produk-produk tersebut dan tugas tugas yang dicabang itu hanya menjual dan memasarkan produk-produk yang ada kemudian apa-apa yang harus dipenuhi didalam tabungan tersebut dan dikasih target berapa.

Dan untuk strategi yang dipakai atau digunakan mengembangkan produk tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin itu hampir sama saja dengan produk-produk lain yaitu menjualnya menggunakan media sosial yang paling awal adalah menjual fasilitas yang didapatkan orang dengan adanya tabungan ini apa yang bisa didapatkan orang kemudian apa bedanya dengan tabungan lain.

Untuk mekanisme dalam produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah ini juga sama dengan produk-produk tabungan lain yaitu apabila ada customer datang ke BNI Syariah otomatis itu customer service akan menjelaskan apa saja produk-produk Tabungan yang ada di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin termasuk bisnis pasti akan dijelaskan disana. Dan kalau dari sisi pemasaran dan

kata beliau karna beliau ini bagian dari pemasaran, kami lebih banyak keluar tugasnya dan melihat market sasaran yang kami hadapi itu siapa dulu? Dari kalangan apa? Kalau misalkan dari kalangan pegawai, pegawai negeri atau pegawai swasta atau pengusaha itu kami akan menjualnya ke bisnis. Tapi, kalo misalkan kalangannya seperti pelajar atau mahasiswa tidak mungkin kami menjualnya ke bisnis kata beliau. Kenapa? Karena produk tabungan bisnis setoran awalnya sangat tinggi yaitu Rp.5.000.000 dan kurang memungkinkan seorang pelajar membuka tabungan tersebut dan seandainya ada yang mau itu juga harus diwakili oleh orang tuanya.

Prosedur nya pun sama dengan tabungan biasa cukup KTP,NPWP langsung dikasih buku dan ATM nya juga. Dan untuk prospek dari produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin menurut ibu Aisyah, kata beliau perkembangannya atau prospek dari produk ini sendiri sangat meningkat terlihat dari jumlah nasabah yang kita miliki, karena setiap tahun itu jumlah nasabah pasti berkembang pesat gak ada yang setiap tahun itu jenis tabungan atau jenis nasabah itu menurun itu tidak ada dan tidak pernah.

Beliau juga mengatakan kenapa produk tabungan bisnis ini diadakan oleh Kantor Pusat atau adanya latarbelakang produk tabungan ini karena banyaknya permintaan nasabah, mereka yang ingin penarikan di ATM itu lebih dari yang standar. Karena penarikan standar di ATM itu kan hanya Rp.5.000.000,-

Tapi, karena banyak yang meminta penarikan ATM lebih dari yang standar mungkin diterbitkanlah Produk Tabungan Bisnis tersebut. Karena, produk

Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ini penarikannya bisa sampai dengan Rp.10.000.000 per harinya. Itulah salah satu latar belakang adanya rekening tersebut.

Dan kenapa Tabungan ini dikatakan rekening bisnis? Karena yang membedakan dengan rekening lain yaitu kalau di bisnis buku tabungannya itu lebih detail seperti rekening Koran. Tidak seperti rekening biasa, kalau rekening biasa hanya terlihat uang masuk dan uang keluar, kalau di tabungan bisnis itu lebih jelas dan detail. Contohnya uang keluarnya karena apa dan uang masuknya dari mana itu terlihat semuanya.

Menurut Ibu Aisyah ancaman dari produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ini yaitu karena setoran awalnya Rp.5.000.000,- lebih mahal dari produk tabungan lain dan fasilitas. Karena fasilitas produk tabungan bisnis selama ini untuk pemegang ATM Gold itu mereka bisa *free lounge* bandara, makan sepuasnya disana. Ancamannya adalahh kalau misalnya, fasilitas tersebut dicabut dan kalau fasilitas itu dicabut maka orang akan berpikir lebih akan buka tabungan yang lain yang lebih murah jika tidak ada fasilitas yang lebih dari produk tabungan bisnis ini.

Dan peluang dari Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Menurut beliau juga sangatlah besar, karena kalau misalnya tabungan bisnis di Bank lain tidak seperti fasilitas yang diberikan oleh Bank BNI Syariah. jadi, misalnya sama-sama produk yang sama antara BNI Syariah dan BNI Konvensional. Sama-sama tabungan bisnis dengan jumlah setoran yang sama, tapi fasilitas yang diberikan kita lebih yang

diberikan Bank BNI Syariah itu lebih dari pada Bank lain meskipun produknya sama.

B. Analisis Data

Setelah menyajikan beberapa data sebagaimana pada bab IV, kemudian penulis menganalisis data tersebut untuk menjawab rumusan masalah pada bab I mengenai bagaimana manajemen strategi Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dan bagaimana prospek Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dengan menggunakan Analisis SWOT.

1. Strategi Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Setelah melakukan analisis terhadap data yang telah dipaparkan dihalaman sebelumnya di bab IV, Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Dalam menawarkan produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah, Bank BNI Syariah mempunyai strategi dalam mencari nasabah. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Bank BNI Syariah, beliau menjelaskan bahwa strategi yang dilakukan dalam mencari nasabah Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah :

a. Produk

Dalam menentukan produk yang akan ditawarkan, maka terlebih dahulu bank melakukan penggolongan produk berdasarkan pelayanan, jenis konsumen perorangan atau non perorangan. Dalam hal ini produk yang ditawarkan oleh

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah. Produk ini merupakan produk yang dapat menarik minat masyarakat untuk menabung karena di Bank BNI Syariah ini ada fasilitas yang dimiliki Bank ini sendiri dan tidak dimiliki oleh Bank lain yaitu free lounge bandara, itulah yang menjadi strategi para pemasar untuk memberi fasilitas kepada nasabah agar tertarik membuat rekening tabungan di produk ini.

b. Promosi

Dalam hal promosi yang dilakukan Bank BNI Syariah untuk menarik minat masyarakat agar menjadi nasabah Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah, maka Bank menerapkan strategi promosi yang meliputi:

1) Promosi Periklanan

Untuk promosi periklanan yaitu melakukan promosi dengan media periklanan Bank BNI Syariah menggunakan media elektronik dan media cetak. Pada media elektronik yakni pihak Bank BNI Syariah membuat iklan melalui sumber informasi melalui internet atau website BNI Syariah. Pada media cetak pihak Bank BNI Syariah membuat brosur yang biasanya ditaruh di sebelah tombol antrian Bank sekiranya banyak orang membaca kemudian tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh Bank.

2) Promosi Penjualan

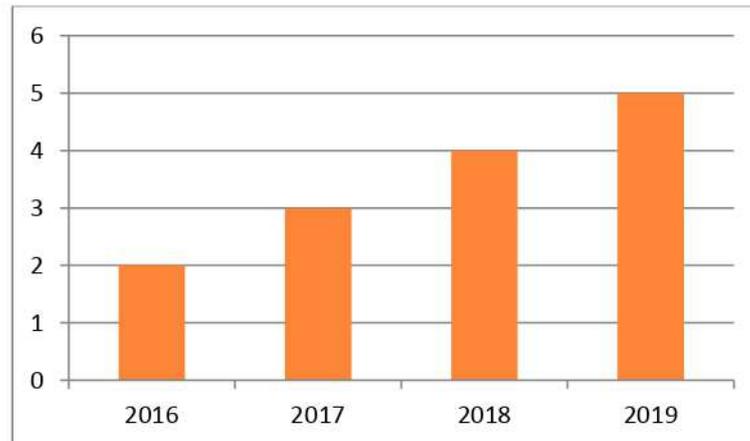
Untuk strategi yang dipakai atau digunakan mengembangkan produk tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin itu hampir sama saja dengan produk-produk lain atau produk tabungan biasa yaitu menjualnya sekarang otomatis menggunakan media sosial

yang paling awal adalah menjual fasilitas yang didapatkan orang dengan adanya tabungan ini apa yang bisa didapatkan orang lain, kemudian apa bedanya dengan tabungan lain. Dengan menggunakan cara-cara tersebut, promosi penjualan ada manfaatnya yaitu memberikan informasi yang dapat menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan.

3) Publisitas

Publisitas adalah kegiatan promosi yang dilakukan melalui kegiatan pameran, bakti sosial atau kegiatan lainnya. Seperti yang terlihat, kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin mengikuti kegiatan yang diselenggarakan seperti membuka stand bazar pada acara tertentu. Dengan melakukan promosi secara publisitas, bank lebih dapat mendekati diri kepada nasabah dan diharapkan nasabah akan tertarik dengan produk yang telah ditawarkan oleh pihak bank.

Tabel 4.1 Jumlah Nasabah untuk Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin



Sumber: Hasil Riset Penelitian di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Setelah melakukan dengan berbagai aspek kekuatan dan kelemahan di atas, tahapan berikutnya adalah memberikan bobot dan rating untuk produk tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

1. Faktor Internal

Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan. (semua bobot tidak boleh melebihi skor total 1,00). Dan itung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh fakta tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan.

Tabel 4.2 Bobot dan Rating untuk Produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT BankBNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Faktor Strategi Internal (IFES)

No	Kekuatan (Strengths)	Bobot	Rating	Bobot x rating
1	Memiliki banyak fasilitas dan strategi promosi dibanding produk tabungan lain	0,25	4	1,00
2	Bebas administrasi	0,15	3	0,45
3	Cetakan buku tabungan lebih detail seperti rekening Koran	0,20	4	0,80
4	Menjadi produk tabungan utama bagi pembisnis	0,15	4	0,60
Total		0,75		2,85
No	Kelemahan (Weaknesses)	Bobot	Rating	Bobot x rating
1	Setoran awal yang sangat tinggi	0,15	3	0,45
2	Kurangnya tenaga pemasar	0,30	2	0,60
3	Kurangnya promosi dalam marketing	0,30	2	0,60
4	Tertuju hanya untuk bisnis	0,05	2	0,10
Total		0,80		1,75
Jumlah		1,55		4,6

2. Faktor Eksternal

Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Dan hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai

dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan.

Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

No	Peluang (Opportunities)	Bobot	Rating	Bobot x rating
1	Adanya fasilitas dan strategi promosi yang lebih dari Bank lain	0,15	2	0,30
2	Adanya keunggulan-keunggulan yang dimiliki produk ini	0,15	2	0,30
3	Produk tabungan BNI Bisnis ib Hasanah ini sedang berkembang	0,20	3	0,60
4	Perkembangan yang mulai meningkat	0,45	4	1,35
Total		0,95		2,55
No	Ancaman (Threats)	Bobot	Rating	Bobot x rating
1	Fasilitas dari produk ini bisa dicabut	0,20	1	0,20
2	Adanya teknologi baru dari Bank lain	0,20	1	0,20
3	Proses lebih singkat di Bank lain	0,10	2	0,20
4	Setoran awal lebih rendah di Bank lain	0,30	1	0,30
Total		0,80		0,90
Jumlah		1,75		3,45

Penilaian skor x bobot dijumlah: $S+W = 0,75+0,80 = 1,55$

$O+T = 0,95+0,80 = 1,75$

(Sumber: Data diolah pada tahun 2019)

Analisis Lingkungan

Yaitu analisis lingkungan SWOT yang akan membuat data dengan memperhatikan angka yang sudah didapatkan dari penilaian skor x bobot dijumlah untuk mengetahui kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman dari Produk Tabungan Bisnis iB Hasanah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan strategi promosi produk Tabungan Bisnis iB Hasanah dan untuk mengetahui analisis SWOT dari produk Tabungan di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, yaitu:

a) Lingkungan Internal

Lingkungan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lingkungan susunan perusahaan atau organisasi yang saling membangun dan bekerjasama dalam perusahaan tersebut dan secara formal berupa kekuatan dan kelemahan yang memiliki pengaruh terhadap kegiatan dan keberhasilan target perusahaan atau organisasi tersebut untuk meningkatkan strategi produk tabungan dengan tujuan untuk menarik minat nasabah dalam melakukan transaksi atau layanan dengan mudah dan tidak memakan waktu yang lama.

Pada perhitungan angka yang didapat dari tabel analisis SWOT diatas dapat dilihat bahwa jumlah dari seluruh faktor internal adalah sebesar 1,55 yang berasal dari jumlah total kekuatan/strengths sebesar 0,75 ditambah dengan jumlah total kelemahan/weaknesses sebesar 0,80.

Perhitungan jumlah total hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa upaya PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memberikan strategi untuk produk tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor

Cabang Banjarmasin ini dapat mencapai target yang ditentukan dengan melakukan strategi yang telah dibuat bersama. Lebih besarnya jumlah total kekuatan/strengths yaitu 0,75 dibandingkan dengan jumlah total kelemahan/weaknesses yaitu 0,80 menunjukkan bahwa besar kemungkinan strategi tersebut akan berhasil dilakukan dan dapat mencapai target yang telah direncanakan dan ditentukan, terlihat dari selisih jumlah total kekuatan dan kelemahan yaitu sebesar 0,5.

b) Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu meliputi segala yang mempengaruhi jalannya rencana pekerjaan yang ingin dicapai dan berasal diluar organisasi yang diperkirakan bisa menjadi ancaman berupa faktor-faktor yang berpengaruh langsung terhadap jalannya rencana meningkatkan strategi promosi dalam tabungan ini. Faktor-faktor eksternal ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu ada yang berupa ancaman dan peluang.

Pada perhitungan angka yang didapat dari tabel analisis SWOT diatas dapat dilihat bahwa jumlah dari seluruh faktor eksternal adalah sebesar 1,75 yang berasal dari jumlah total peluang/opportunities sebesar 0,95 ditambah dengan jumlah total ancaman/threats sebesar 0,80.

Perhitungan jumlah total hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa upaya PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin untuk meningkatkan dalam memberikan strategi untuk produk tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin ini dapat mencapai target yang ditentukan dengan melakukan strategi yang telah dibuat bersama. Lebih besarnya

jumlah total peluang/opportunities yaitu 0,95 dibandingkan dengan jumlah total ancaman/threats yaitu 0,80 menunjukkan bahwa besar kemungkinan strategi tersebut akan berhasil dilakukan dan dapat mencapai target yang telah direncanakan dan ditentukan, terlihat dari selisih jumlah total peluang dan ancaman yaitu sebesar 0,15.

Setelah melakukan penelitian, peneliti melihat bahwa lingkungan eksternal yang paling berpengaruh yaitu dapat dilihat dari peluang yang ada, itu akan menjadi tolak ukur besarnya kemungkinan keberhasilan strategi untuk meningkatkan strategi promosi yang mana telah direncanakan dan ditentukan.

Setelah melihat jumlah total dari masing-masing faktor baik dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi produk Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan strategi promosi dapat dikatakan cukup baik. Karena, dilihat dari semua total masing-masing faktor memiliki selisih yang cukup besar sehingga dapat dikatakan bahwa jumlah total masing-masing faktor akan dapat saling mengimbangi selama menjalankan strategi hingga mencapai atau bahkan melebihi target awal yang ditentukan, tentunya dengan pengelolaannya yang harus secara syariah.