

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum tentang BNI Syariah KCP Martapura

1. Sejarah Singkat Berdirinya BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Martapura

Berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 di dirikan 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. Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41 KEP. GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemeberian izin usaha kepada BNI Syariah, di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 di tetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan di lakukan 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 faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU Nomor 19 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Komitmen pemerintah terhadap keunggulan produk perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Mendukung upaya pencapaian pengembangan usaha syariah tersebut di perlukan adanya unit kerja operasional yang berfungsi melaksanakan kebijakan usaha syariah di wilayah kerja melalui pemberian pelayanan perbankan syariah kepada nasabah maupun calon nasabah, maka di dirikan kantor cabang BNI dengan sistem syariah, salah satunya adalah kantor BNI Syariah KCP Martapura yang beralamatkan Jl. Ahmad Yani, Km. 40 RT. 5 RW. 2 Keraton, Kab. Banjar-Martapura Kota, Kalimantan Selatan ID 70611, dengan jumlah pegawai tetap 7 orang dan 6 orang *outsourcing*, total 13 pegawai yang ada di KCP Martapura.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Visi dari Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah adalah “*menjadikan bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja*”.

b. Misi

1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.

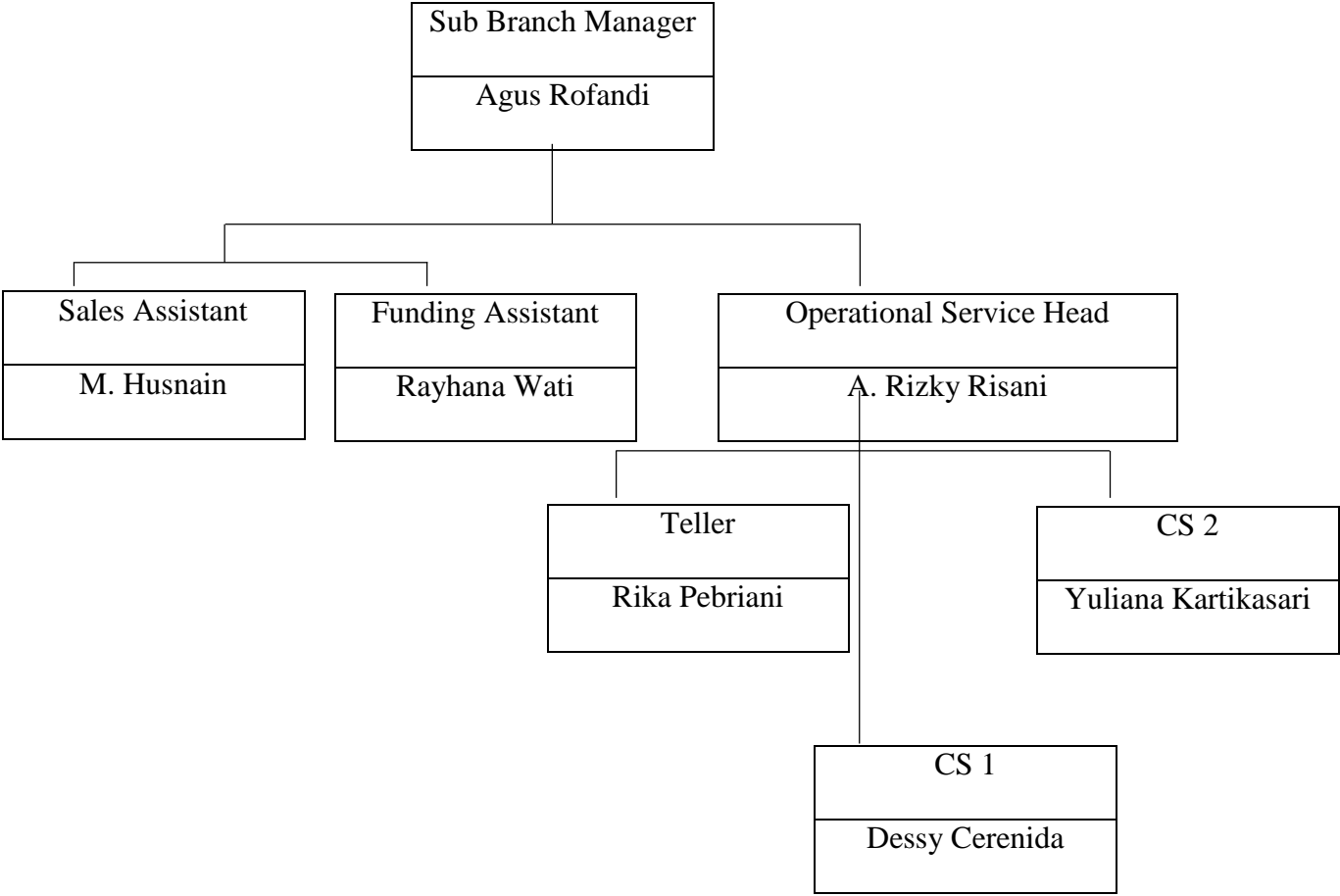
2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.

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 (Norlaila, 2020, hal. 37-38).

3. Struktur Organisasi



4. Deskripsi Tugas

a. *Funding Officer*

Merupakan profesi yang bergelut di dunia perbankan atau pembiayaan. Seorang yang berprofesi sebagai FO biasanya bertugas untuk mencari nasabah untuk mempromosikan, memasarkan, memperkenalkan produk dari bank tersebut (Ranti, 2020)

Tugas dan tanggung jawab

1. Menawarkan dan menjual produk kepada nasabah yang ada dengan sebaik-baiknya.
2. Bertanggung jawab secara langsung kepada usaha terhadap hasil kinerja dan pencapaian target simpanan (DPK).
3. Melakukan kegiatan pemasaran untuk dana pihak ketiga (DPK).
4. Memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan *cross selling* kepada nasabah untuk mencapai target kepuasan pelayanan nasabah.
5. Membuat rencana kunjungan kepada nasabah dalam rangka mencapai dan simpanan (DPK).
6. Menjaga hubungan yang baik (*relationship*) kepada nasabah agar dana simpanan tidak keluar.
7. Melaksanakan tugas-tugas lainnya sesuai perintah atasan guna menunjang kegiatan bisnis bank.

b. *Customer Service*

Customer service adalah suatu upaya memberikan layanan (*service*) sesuai dengan kontrak yang telah di sepakati. Suharto Abdul Majid dalam buku *Customer Service* dalam Bisnis Jasa Transportasi (2009) menjelaskan; “tentang *Customer Service* adalah sebagai ilmu dan seni dalam pemasaran (*marketing*) atau penjualan (*sales*),

artinya bahwa *Customer Service* sangat membutuhkan unsur kreatifitas, inisiatif dan kepandaian atau keterampilan dalam berhubungan dengan orang lain. Jadi, *Customer Service* merupakan ilmu sekaligus seni di dalam melayani orang lain/pelanggan.

Tugas dan tanggung jawab

1. Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan giro, pembukaan deposito, dan permohonan nasabah yang lainnya. Disamping itu memberikan informasi se jelas mungkin mengenai berbagai produk dan jasa yang ingin di ketahui dan di minta kepada nasabah atau calon nasabah.
 2. Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang di sampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang di berikan oleh pihak nasabah.
 3. Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
 4. Mengadministrasikan resi permintaan dan pengembalian buku cek dan bilyet giro serta kuasa hukum.
 5. Memberikan informan tentang saldo dan mutasi nasabaah.
 6. Mengadministrasikan buku cek, bilyet giro, dan tabungan.
 7. Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. (Norlaila, hal. 39-40)
5. Produk Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Martapura
- a. BNI SimPel iB Hasanah adalah tabungan dengan akad wadiah untuk siswa berusia dibawah 17 tahun dengan persyaratan mudah dan sederhana serta yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

- b. BNI Baitullah iB Hasanah adalah tabungan dengan akad mudharabah atau wadiah yang di pergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji (Reguler/Khusus) dan merencanakan ibadah Umroh sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan USD.
- c. BNI Prima iB Hasanah adalah tabungan dengan akad mudharabah dan wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen high networt individuals secara perorangan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.
- d. BNI Bisnis iB Hasanah adalah tabungan dengan akad mudharabah dan wadiah yang di lengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang rupiah.
- e. BNI iB Hasanah adalah tabungan dengan akad mudharabah atau wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang rupiah.
- f. BNI TabunganKu iB Hasanah adalah simpanan dana dari Bank Indonesia yang yang di kelola sesuai prinsip syariah dengan akad wadiah dalam mata uang rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.
- g. BNI Topenas iB Hasanah adalah tabungan berjangka dengan akad mudharabah, yang tujuannya untuk perencanaan masa depan, yang mana setorannya itu tiap bulan, seperti untuk rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan atau rencana masa depan (Arrafi, 2020, hal. 63-66)
- h. BNI Tunas iB Hasanah adalah produk simpanan yang menyasar calon nasabah segmen usia dibawah 17 tahun, produk ini telah di lengkapi fitur *e-banking* seperti ATM, SMS Banking serta Internet Banking, sehingga sesuai dengan perkembangan generasi muda saat ini di era yang semakin modern. Produk ini bisa

dikonversi menjadi Tabungan BNI iB Hasanah ketika anak berumur lebih dari 17 tahun, sehingga nasabah dapat menikmati fitur dan layanan Tabungan BNI iB Hasanah dengan syarat dan ketentuan produk. Sebelum adanya Tabungan BNI Tunas iB Hasanah, nasabah yang berusia di bawah 17 tahun, belum dapat memiliki rekening atas nama sendiri. Tabungan anak (Tabungan BNI Tunas iB Hasanah) adalah tabungan dengan akad mudharabah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun. (Hidayat, 2016, hal. 46)

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil riset yang di lakukan peneliti dengan melakukan wawancara kepada pihak yang terkait, di mana penulis mendapatkan data-data yang berhubungan dengan konteks atau pembahasan yang penulis teliti yang mana respondennya adalah karyawan tetap Bank BNI Syariah KCP Martapura bagian *Funding Assistant* dan *Customer Service*.

BNI Syariah memberikan sarana kepada masyarakat yang ingin menabung, ini merupakan salah satu wujud dari BNI Syariah kepada masyarakat dalam membantu meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya menabung. Menabung juga bisa di katakan sebagai kebutuhan pokok bagi masyarakat, karena dengan menabung kita dapat menginvestasikan sebagian dana kita untuk rencana masa depan.

Seperti yang kita ketahui bahwa BNI Syariah merupakan lembaga keuangan yang bergerak sesuai dengan prinsip islam. Begitu juga dengan produk yang di tawarkan. Jenis produk atau jasa yang di tawarkan di BNI Syariah sangatlah beragam mulai dari produk pembiayaan, pendanaan, jasa dan produk lainnya. Semua jenis produk yg di sebutkan tadi, salah satunya adalah produk Tunas iB Hasanah.

Deskripsi Data Informan I

Nama : Rayhanawati
Jabatan : Funding Assistant (FA)
Lama bekerja : 2 Tahun

Produk Tunas iB Hasanah merupakan tabungan yang di peruntukkan bagi anak-anak dan pelajar. Produk simpanan yang menyasar calon nasabah dari segmen usia dibawah 17 tahun. Kemudian bisa menggunakan akta kelahiran agar dapat membuat rekening atas nama anak itu sendiri. Produk Tunas iB Hasanah di tunjukan kepada nasabah formal dan informal. Dalam Produk Tunas iB Hasanah juga di lengkapi fitur e-banking seperti, ATM, SMS Banking serta Internet Banking, dengan menyesuaikan perkembangan generasi muda saat ini di era yang semakin modern. Produk Tunas iB Hasanah di tunjukan kepada nasabah formal dan informal.

Dalam mempromosikan suatu produk perbankan perlu menerapkan strategi pemasaran, dengan adanya strategi promosi di harapkan mampu menarik perhatian masyarakat terhadap produk Tunas iB Hasanah. Daya tarik masyarakat sangat berpengaruh terhadap strategi yang di gunakan oleh perbankan. Jadi, dalam mempromosikan suatu produk di butuhkan skill dan juga strategi pemasaran yang tepat.

BNI Syariah KCP Martapura menggunakan strategi ; periklanan, promosi penjualan, sosialisasi, penjualan pribadi. Strategi yang di gunakan BNI Syariah KCP Martapura mengalami peningkatan setiap tahunnya untuk jumlah nasabah produk Tabungan Tunas iB Hasanah.

Produk Tunas iB Hasanah di tunjukan kepada nasabah formal dan informal. Nasabah formal adalah nasabah dari sekolah atau pondok pesantren, Sedangkan nasabah informal adalah nasabah dari per individu, tentunya menyesuaikan dengan ketentuan dari Tunas iB Hasanah. Untuk pemasarannya Tunas iB Hasanah di tunjukan kepada instansi baik itu sekolah maupun

ponpes di Martapura yang berpotensi tinggi terhadap tabungan Tunas iB Hasanah yang berumur 17 tahun kebawah.

Deskripsi Data Informan II

Nama : Desy Corenida

Jabatan : Customer Service (CS)

Lama bekerja : 3 Tahun

Perkembangan produk tabungan Tunas iB Hasanah cukup banyak di minati oleh nasabah khususnya untuk para pelajar, yakni bagi nasabah yang belum berusia 17 tahun serta belum memiliki KTP maka akan memiliki rekening alternatif salah satunya (Tunas iB Hasanah). Selain itu, juga dapat di sebut sebagai wadah orang tua untuk mengajarkan anaknya menabung sejak dini.

Menurut “DC” dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Tunas iB Hasanah tidak memiliki strategi yang khusus di BNIS KCP Martapura. Yakni, semua strategi berlaku untuk semua pemasaran produk di BNIS KCP Martapura. Tunas iB Hasanah di BNIS KCP Martapura juga memiliki program “*Move to Hasanah*” dimana untuk pembukaan minimal 50 rekening akan mendapatkan sebuah reward atau hadiah.

Strategi khusus yang dilakukan oleh BNIS KCP Martapura dalam menawarkan produk tabungan Tunas iB Hasanah adalah dengan menjalin sebuah kerja sama dengan instansi atau yayasan yang tentunya bergerak di bidang pendidikan.

Berikut merupakan biaya Tabungan BNI Tunas iB Hasanah;

- a. Pengelolaan rekening bebas
- b. Biaya tutup rekening atas permintaan nasabah Rp25.000,
- c. Biaya konversi ke Tabungan iB Hasanah bebas

Berikut merupakan persyaratan dalam pembukaan rekening Tunas iB Hasanah;

1. Formulir aplikasi pembukaan rekening
2. Fotokopi Akte Kelahiran/Kartu Pelajar Anak & KTP orang tua
3. Setoran awal minimal Rp 100.000,-

Keunggulan Tunas iB Hasanah

1. Bagi hasil kompetitif (*akad Mudharabah*)
2. Tunas Card berlogo GPN dan Buku Tabungan atas nama anak sendiri dengan maksimal transaksi Rp 500.000,-/hari
3. Tunas Card dengan alternatif desain
4. Layanan transaksi perbankan secara elektronik (e-channel)
5. Layanan SMS Notifikasi ke orang tua
6. Tunas Card dapat digunakan sebagai kartu debit di mesin EDC BNI
7. Setoran dapat dilakukan melalui *Cash Deposit Machine* (CDM)
8. Bebas biaya administrasi bulanan dan tarik tunai di seluruh ATM BNI.

Dalam Tunas iB Hasanah juga terdapat beberapa manfaat yang diberikan BNI Syariah, diantaranya;

- a. Nama anak tertera pada buku Tabungan dan Tunas Card
- b. Dapat melakukan transaksi di counter teller BNI dan BNI Syariah seluruh Indonesia
- c. SMS notifikasi ke HP Orangtua
- d. Desain Tunas Card yang menarik

C. Analisis Data

BNI Syariah KCP Martapura juga memiliki strategi pemasaran dalam meningkatkan dan memperkenalkan suatu produk salah satunya tabungan Tunas iB Hasanah. di mana BNI Syariah menerapkan strategi promosi advertising, sales promotion, publicity, personal selling.

1. Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Tunas iB Hasanah di BNI Syariah KCP Martapura

Strategi pemasaran dalam mempromosikan tabungan Tunas iB Hasanah di BNI Syariah KCP Martapura adalah menggunakan 4 variabel strategi promosi, sebagai berikut ;

a. Periklanan (*Advertising*)

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan BNI Syariah KCP Martapura untuk mempromosikan, menarik, dan bahkan dapat di gunakan untuk mempengaruhi calon nasabah. BNI Syariah KCP Martapura menggunakan media cetak dan media elektronik dalam mempromosikan produk. Pada media cetak BNI Syariah KCP Martapura melakukan pemasangan iklan melalui brosur, sedangkan media elektronik BNI Syariah KCP Martapura melakukan promosi iklan melalui televisi dan internet. Pemasaran melalui iklan merupakan salah satu sarana yang di gunakan BNI Syariah dalam memasarkan produk karena pemasaran melalui periklanan dapat mencakup keseluruhan wilayah.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Dalam hal meningkatkan jumlah nasabah atau menumbuhkan daya tarik tersendiri, bank memberikan hadiah kepada nasabah yang melakukan pembukaan rekening. BNI Syariah KCP Martapura terdapat program *Move to Hasanah* di mana ketika nasabah melakukan pembukaan rekening 50 keatas nasabah atau pihak sekolah akan mendapatkan 5000 perekening, hadiah tersebut di berikan dalam bentuk barang (sejumlah buku).

c. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan cara promosi untuk memancing nasabah, di mana dalam hal ini BNI Syariah KCP Martapura mempromosikan Tunas iB Hasanah kepada

sekolah dan pondok pesantren dengan melakukan pembukaan rekening pada waktu penerimaan siswa baru di tahun ajaran baru. Tentunya dengan cara mempresentasikan produk Tunas iB Hasanah kepada sekolah dan pondok pesantren yang ada di banjarbaru dan martapura.

d. Penjualan Pribadi (*personal selling*)

BNI Syariah KCP Martapura mempromosikan produk Tunas iB Hasanah di lakukan dengan menawarkan langsung kepada nasabah dan juga mulut ke mulut yang di lakukan oleh pegawai bank syariah.

Jadi, analisis data untuk strategi pemasaran dalam mempromosikan produk Tunas iB Hasanah yang terdapat pada landasan teori yang menggunakan 4 variabel strategi promosi, diantaranya sebagai berikut;

Periklanan (Advertising) dalam teori bauran promosi untuk strategi promosi di lakukan melalui surat kabar, televisi, surat lansung, radio, surat berita, internet, brosur, telpon, majalah, ruang terbuka. Sedangkan di BNI Syariah untuk mempromosikan Tunas iB Hasanah hanya menerapkan beberapa promosi melalui brosur, internet (sosial media pribadi dan sosial media kantor).

Promosi Penjualan (Sales Promotion) dalam teori bauran promosi untuk promosi penjualan menggunakan kupon, tawaran pengambilan kas, potongan harga, premi, hadiah, hadiah langganan, percobaan gratis, jaminan, demonstrasi, undian. Sedangkan BNI Syariah dalam melakukan promosi penjualan dengan memberikan hadiah kepada nasabah yang membuka rekening diatas 50 akan mendapatkan 5000 per rekening dalam bentuk barang.

Publisitas (publicity) dalam teori bauran promosi publisitas adalah berita yang di publikasikan dalam surat kabar atau radio yang tidak di bayar oleh sponsor. Sedangkan

BNI Syariah KCP Martapura melakukan presentasi ke sekolah dan juga pondok pesantren tanpa melalui surat kabar maupun radio.

Penjualan Pribadi (personal selling) dalam teori bauran promosi penjualan pribadi adalah mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan nasabah, memberi informasi mengenai produk perusahaan kepada pelanggan, memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan. Sedangkan BNI Syariah melakukan penjualan pribadi secara mulut ke mulut serta datang langsung kepada nasabah.

2. Analisis SWOT pada Produk Tabungan BNI Tunas iB Hasanah di Bank BNI Syariah KCP Martapura

Dalam produk Tunas iB Hasanah untuk jumlah nasabahnya mengalami peningkatan di setiap tahunnya dari tahun 2018-2020. Berikut tabel dari jumlah nasabah Tunas iB Hasanah;

Tabel 4.2

BNI TUNAS iB HASANAH		
Per 31 Desember	2018	2.484
Per 31 Desember	2019	2.845
Per 31 Oktober	2020	2.965

Tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa BNI Tunas iB Hasanah per 31 Desember tahun 2018 nasabahnya berjumlah 2.484, per 31 Desember tahun 2019 nasabahnya berjumlah 2.845, per 31 Oktober 2020 jumlah nasabahnya adalah 2.965. Dapat dilihat bahwa dalam tabungan tunas iB Hasanah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Perkembangan jumlah nasabah dalam produk tabungan Tunas iB Hasanah pastinya memiliki perumusan strategi yang tepat, hingga memberikan hasil yang bagus dan memuaskan juga bagi perbankan tentunya BNI Syariah KCP Martapura.

kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sebagaimana tertera pada tabel berikut;

Tabel 4.3

Analisis SWOT Pada PT. BNI Syariah KCP Martapura

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
tabungan atas nama dan tanda tangan anak sendiri, boleh di wakikan oleh orang tua, bagi yang tidak bisa tanda tangan (tidak cakap) dan bisa narik atau transaksi sendiri. Serta limit tabungan Tunas iB Hasanah Rp 500.000,00 per hari, sedangkan untuk limit tabungan iB Hasanah Rp 5.000.000,00 per hari, maka jadi tabungan normal.	Penarikan Tunas iB Hasanah sebesar Rp 500.000,00 per hari untuk di transaksinya. Jadi untuk transaksi tarik tunai, gesek, atau belanja semuanya terbatas, Cuma Rp 500.000,00 per hari.
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threat</i>)
BNI Syariah KCP Martapura melakukan presentasi di sekolah SD, SMP, yang masih dibawah umur 17 tahun yang berpotensi tinggi dalam melakukan transaksi pembukaan rekening tabungan Tunas iB Hasanah. Dan semua orang tua bisa membukakan rekening untuk	untuk tabungan Tunas iB Hasanah juga banyak di bank syariah lainnya dengan nama berbeda. karena mungkin saja produk mereka ada kelebihanannya atau lebih murah setorannya di bandingkan Tunas iB Hasanah di BNI Syariah KCP Martapura.

<p>anaknya asalkan ada akta kelahiran, tidak harus dari sekolahan, misalkan sekolah berkerjasama dengan bank BNI Syariah baru bisa buka rekening. Jadi, seluruh orang tua yang memiliki anak dibawah umur 17 tahun bisa membukakan rekening bebas dengan nama anak sendiri.</p>	
---	--

Tabel 4.4

Matriks SWOT

	STRENGTH	WEAKNESS
<p>EFAS</p> <p>IFAS</p>	<p>tabungan atas nama dan tanda tangan anak sendiri, boleh di wakikan oleh orang tua bagi yang tidak bisa tanda tangan (tidak cakap) dan bisa narik atau transaksi sendiri. Serta limit tabungan Tunas iB Hasanah Rp 500.000,00 per hari, sedangkan untuk limit tabungan iB Hasanah Rp 5.000.000,00 per hari, maka jadi tabungan normal.</p>	<p>Penarikan Tunas iB Hasanah sebesar Rp 500.000,00 per hari untuk ditransaksinya. Jadi untuk transaksi tarik tunai, gesek, atau belanja semuanya terbatas, Cuma Rp 500.000,00 per hari</p>
OPPURTUNITY	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<p>BNI Syariah KCP Martapura melakukan presentasi di sekolah SD, SMP, yang masih dibawah umur 17 tahun yang berpotensi tinggi</p>	<p>Meningkatkan strategi promosi melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi. Mengutamakan manfaat serta fasilitas produk</p>	<p>Memberikan atau meningkatkan kualitas produk yang baik menyesuaikan kebutuhan konsumennya.</p>

<p>dalam melakukan transaksi pembukaan rekening tabungan Tunas iB Hasanah. Dan semua orang tua bisa membukakan rekening untuk anaknya asalkan ada akta kelahiran, tidak harus dari sekolahan, misalkan sekolah berkerjasama dengan bank BNI Syariah baru bisa buka rekening. Jadi, seluruh orang tua yang memiliki anak dibawah umur 17 tahun bisa membukakan rekening bebas dengan nama anak sendiri.</p>	<p>dengan melihat banyaknya permintaan konsumen. Mempertahankan kinerja perbankan yang setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah nasabah.</p>	
<p>THREAT</p>	<p>STRATEGI ST</p>	<p>STRATEGI WT</p>
<p>untuk tabungan Tunas iB Hasanah juga banyak di bank syariah lainnya dengan nama berbeda. karena mungkin saja</p>	<p>Memberikan harga yang terjangkau agar nasabah atau konsumen dapat tertarik.</p>	<p>Menciptakan produk dengan menyesuaikan kebutuhan nasabah. Meningkatkan promosi di berbagai sosial media.</p>

produk mereka ada kelebihannya atau lebih murah setorannya dibandingkan Tunas iB Hasanah di BNI Syariah KCP Martapura	Mengutamakan loyalitas konsumen dengan menciptakan pelayanan yang baik. Melakukan presentasi keberbagai sekolah dengan potensi tinggi.	
--	--	--

Berdasarkan analisis di atas menunjukkan bahwa promosi dapat di tentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut di tunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut :

1. Strategi SO (Strength-Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal dan faktor eksternal, strategi ini di buat berdasarkan jalan pikiran perusahaan,yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang di tempuh oleh Bank BNI Syariah KCP Martapura, yaitu :

- a. Meningkatkan strategi promosi melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi.
- b. Mengutamakan manfaat serta fasilitas produk dengan melihat banyaknya permintaan konsumen.
- c. Mempertahankan kinerja perbankan yang setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah nasabah.

2. Strategi ST (Strength-Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal dan faktor eksternal, strategi ini di buat untuk menggunakan kekuatan yang di miliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST yang di tempuh oleh Bank BNI Syariah KCP Martapura, yaitu :

- a. Memberikan harga yang terjangkau agar nasabah atau konsumen dapat tertarik.
- b. Mengutamakan loyalitas konsumen dengan menciptakan pelayanan yang baik.
- c. Melakukan presentasi keberbagai sekolah dengan potensi tinggi.

3. Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal dan faktor eksternal, strategi ini di terapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalisirkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang di tempuh oleh Bank BNI Syariah KCP Martapura, yaitu :

- a. Memberikan atau meningkatkan kualitas produk yang baik menyesuaikan kebutuhan konsumennya.

4. Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal dan faktor eksternal, strategi ini di dasarkan pada kegiatan yang defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang di tempuh oleh Bank BNI Syariah KCP Martapura, yaitu :

- a. Menciptakan produk dengan menyesuaikan kebutuhan nasabah.
- b. Meningkatkan promosi di berbagai sosial media.

Adapun dalam diagram di tunjukkan bahwa Bank BNI Syariah KCP Martapura berada pada kuadran Growth dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Seelah menggandengkan kekuatan dengan peluang atau strategi SO, maka di peroleh faktor kekuatan yang mesti di pertahankan untuk mampu mengambil

peluang yang ada. Penggandengan strategi ST menunjukkan bahwa perusahaan harus memaksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada. Strategi WO, memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan perusahaan. Serta strategi WT yang mengahruskan perusahaan dapat meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.