



**STRATEGI MARKETING KARTU KREDIT
DI PT. BANK BNI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1)
Prodi Manajemen Perbankan Syariah

Disusun Oleh:

Nama: RAHMAT PEBRIANTO MUNANDAR

NPM: 2015570008

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
1440 H/2019 M**

Fakultas Agama Islam

Program Study Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi, maret 2019

Rachmat Pebrianto Munandar, 2015570008

Stretegi Marketing Kartu Kredit di BNI Syariah

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi marketing kartu kredit yang ada di BNI Syariah. Dimana keberadaan kartu kredit saat ini menjadi hal yang penting dalam memberikan kemudahan. Kepada nasabah. BNI Syariah sebagai salah satu bank syariah memberikan alternatif kartu kredit berbasis syariah yang bebas ribawi yaitu Hasanah Card.

Dalam penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dari hasil wawancara dengan narasumber yang berhubungan dengan data yang diperoleh. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, website, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan studi pustakaan.

Dari analisa yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Bank BNI Syariah dalam menjalankan Marketing Kartu Kredit Hasanah Card Menggunakan Strategi antara lain, Open table, via telephone, database. Adapun keunggulan antara lain, biaya bulanan kecil, bekerja sama dengan mastercard, sudah beredar dengan 30 outlet di seluruh dunia.

Kata Kunci : Strategi, Marketing, Kartu Kredit,

LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rachmat Pebrianto Munandar
NPM : 2015570008
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas : Agama Islam
Judul Skripsi : Stretegi Marketing Kartu Kredit di PT. Bank BNI Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian bagian sumber rujukan. Apabila ternyata dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan Undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 4 rajab 1440 H

11 Maret 2019 M

Yang menyatakan,



Rachmat Pebrianto Munandar

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI



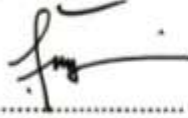
Skripsi yang berjudul: **Strategi Marketing Kartu Kredit di BNI Syariah**. Disusun oleh **Rachmad Pebrianto Munandar**. Nomor Pokok Mahasiswa: **2015570008**. Telah diujikan pada hari : jum'at, 10 Mei 2019. Telah diterima dan disahkan dalam sidang skripsi (Munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan



Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H</u> Ketua		16/5/2019.
<u>Drs. Tajudin, M.A.</u> Sekretaris		15/5/2019
<u>Hamli Syaifullah, M.Si</u> Pembimbing		15/5/19
<u>Nurhidayat, S.Ag, MM</u> Penguji I		15/5/19.
<u>Dina Febriani, SE, MM</u> Penguji II		16/5 19.

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "Strategi Marketing Kartu Kredit di Bank BNI Syariah" yang disusun oleh **Rahmat Febrianto Munandar**, Nomor Pokok Mahasiswa : **2015570008** program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui dan diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta 29 maret 2019

Pembimbing



Hamli Syaifullah, M.Si.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah banyak memberikan karunianya kepada kita hambanya, sungguh banyak apa yang telah kita peroleh atas semua nikmatnya, namun kita masih terus menerus lupa akan ibadah kepada Allah. Tak lupa sholawat serta salam kita kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa dunia ini dari masa gelap dan jahil, hingga menuju cahaya illahi, tentu dengan nilai-nilai islam dan keilmuan.

Tidak sedikit rintangan dan hambatan yang penulis hadapi dalam menyelesaikan skripsi ini, namun karena dukungan dari berbagai pihak maka hambatan dan rintangan yang saya hadapi menjadi lebih mudah untuk dilalui, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Prof. Dr. H. Syaiful Bakhri, S.H, M.H. Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Rini Fatma Kartika, S.Ag, M.H., Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Nurhidayat, S.Ag. M.M, Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah.

4. Hamli Syaifullah, M.Si. Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, pelajaran dan arahan selama proses penyusunan skripsi, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
5. Bapak Ibu Dosen, serta staff di lingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis.
6. Yang tercinta ayahanda Sukandar dan Ibunda Karsih yang senantiasa mencurahkan kasih sayang dan perhatian dengan segenap hati dan yang selalu mendoakan ananda untuk mencapai kesuksesan dimasa depan, semoga penulis selalu ridho kepada mereka yang dapat berbakti kepadanya. Adikku Dian Niti Rahayu, yang selalu memberikan motivasi dan membantu penulis baik materil maupun inmaterial sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk teman teman Universitas Muhamdiyah Jakarta , khususnya teman-teman MPS Angkatan 2015 Khususnya kelas A dan Karyawan, Teman-teman KKN dan PPL dan khususnya teman seperjuangan pondok pesantren di seluruh Indonesia dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu-satu dalam ungkapan yang singkat ini.
8. Terakhir, untuk orang yang pernah melihat saya, bertemu dengan saya, belajar bersama saya, tinggal bersama saya, semua orang yang mau menerima dan memperkenankan saya untuk mengambil hikmah dari nya dan semua orang yang hidup semasa dengan saya atas semua kebaikan tersebut, tidak ada suatu

yang dapat penulis sampaikan kecuali ucapan terimakasih yang tiada terhingga, serta doa.

Allah ... berikan mereka semua balasan yang terindah, seindah pengorbanan yang telah mereka berikan kepadaku. Allah... Karuniakanlah mereka semua keberkahan atas amal shodaqoh yang telah mereka tunjukan kepadaku. Amin

Kritik dan saran selalu penulis buka dengan hati lapang karena penulis menyadari begitu banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan baik dalam penulisan maupun dalam pemaparan. Penulis berharap karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membacanya.

Billahi taufik wal hidayah

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 1 April 2019

Penulis

Rahmat Febrianto Munandar

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK.....I

KATA PENGANTARII

DAFTAR ISIIII

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Perumusan Masalah7

C. Manfaat Penelitian7

1) Teoritis.....7

2) Praktis.....7

D. Sistematika Penulisan.....8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Penelitian

1. Fokus.....10

a. Pengertian Bank.....10

b. Pengertian Bank Syariah.....11

c. Fungsi Bank Syariah.....	12
2. Subfokus.....	13
a. Pengertian Kartu Kredit.....	13
b. Pengertian Kartu Kredit Syariah.....	14
3. Strategi	
.....	16
a. Pengertian	
Strategi.....	16
b. Pengertian Marketing.....	17
c. Strategi Marketing.....	18
B. Hasil Penelitian Relevan.....	23
BAB III Metode Penelitian	
A. Tujuan	
Penelitian.....	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
C. Latar Peneliatian	27
D. Metode dan Prosedur Penelitian.....	28
E. Data dan Sumber Data.....	28
F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	29
G. Validitas Data.....	30
1. Kredibilitas.....	31
2. Tranferabilitas.....	34

3. Depandibilitas.....	34
4. Konfirmabilitas.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum tentang Latar Penelitian.....	36
1. Sejarah Umum BNI Syariah.....	36
2. Visi dan Misi.....	39
3. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas.....	40
4. Pembiayaan iB Hasanah Card.....	41
5. iB Hasanah Card.....	42
6. Batasan Pengguna iB Hasanah Card.....	43
B. Temuan	
Penelitian.....	46
1. iB Hasanah Card.....	44
2. Strategi Marketing Kartu Kredit Hasanah Card.....	45
3. Kendala-kendala yang di hadapi pada Startegi iB Hasanah Card.....	46
4. Beberapa Fasilitas lainnya.....	49
Ketentuan SmartBill.....	49
a. Smart Bill.....	49
b. Informasi Biaya.....	49
c. Fasilitas dan Kemudahan iB Hasanah Card.....	50
C. Pembahasan Temuan Penelitian.....	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....55

B. Saran.....55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah

Kegiatan perbankan saat ini tak pernah lepas dari kehidupan kita sehari-hari seiring berkembangnya jaman dunia perbankan juga mengalami perkembangan yang sangat signifikan khususnya di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produk dan fasilitas yang ditawarkan oleh pihak bank sama halnya dengan yang dilakukan bank satu dan lainnya berbagai macam fasilitas dan fitur yang ditawarkan merupakan upaya pihak bank untuk semakin memudahkan aktifitas nasabah dalam melakukan aktifitas perbankan.

Alat Pembayaran mulai berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) menjadi alat pembayaran non tunai (*non cash based*) yaitu pembayaran yang dilakukan tanpa menggunakan uang tunai. Perkembangan ekonomi yang semakin meningkat pesat belakangan ini tentunya diimbangi dengan munculnya berbagai produk perbankan yang beragam. Bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang perseorangan, badan-badan usaha swasta, badan-badan usaha milik Negara bahkan lembaga-lembaga pemerintahan menyimpan dana-dana yang dimilikinya.¹

¹ Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta; PT.Kencana, 2008), hlm 7.

Jumlah peredaran kartu kredit pada di atas masih didominasi oleh bank konvensional sebagai pihak yang menawarkan produk tersebut. Bank syariah sebagai bagian dari industri perbankan belum banyak merespon kaitannya penawaran produk kartu kresit ini. Hingga 2016 hanya satu bank syariah dari 22 bank yang menerbitkan kartu kredit syariah yaitu bank BNI Syariah.²

Semua lembaga perbankan mulai menawarkan kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi. Demikianlah system transaksi dengan kartu kredit merupakan salah satu terobosan produk perbankan yang makin populer dikalangan masyarakat Indonesia Istilah kredit berasal dari bahasa yunani (*credere*) yang berarti kepercayaan (*truth* atau *faith*)³ oleh karena itu dasar perkreditan adalah kepercayaan. Seseorang atau suatu badan yang memberikan kredit (kreditor) percaya bahwa penerima kredit (debitor) di masa mendatang akan sanggup memenuhi segala sesuatu yang telah dijanjikan.

Pengaruh arus globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi yang masuk ke Indonesia baik secara legal maupun illegal. Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin meningkat menimbulkan dampak negative dan dampak positif. Dampak negatifnya

²Hadi *Journal of finance and Islamic Banking* (Jakarta; Vol.1 No.1 Januari-juni 2018) hlm.39-40

³ Thomas Suyatno,et.al, , *Dasar-Dasar Perkreditan*, (Jakarta; Gramedia Pustaka Utama, 1991) hlm 13,

adalah penyalahgunaan teknologi itu sendiri sedangkan dampak positifnya adalah memberikan kemudahan dalam transaksi dan komunikasi.

Kemajuan teknologi informasi dan tuntutan zaman yang serba instan menimbulkan satu tren baru dalam dunia perdagangan dahulu kala jual beli terjadi dalam satu tempat antara penjual dan pembeli namun di masa kini proses jual beli dapat terjadi meskipun penjual dan pembeli tidak berada dalam satu tempat

Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat melakukan bermacam-macam hal salah satunya menggunakan kartu kredit. Meskipun demikian tidak banyak masyarakat yang memiliki pengetahuan yang luas mengenai kartu kredit, kartu kredit merupakan alat pembayaran pengganti uang tunai yang diterbitkan oleh bank untuk para nasabahnya bertransaksi dan sebagai salah satu apresiasi yang diberikan banyak penawaran istimewa pada prinsipnya kartu kredit diciptakan untuk kemudahan dan cara kerjanya diatur oleh bank Indonesia sebagai halnya produk perbankan yang lain.

Kemunculan kartu kredit ini mulai pertama kali langsung menjadi fenomena tidak terkecuali sampai sekarang walaupun tetap saja ada pro dan kontra mengenai kartu kredit bank-bank pun terus berlomba-lomba melakukan penawaran promo-promo yang bisa dinikmati jika memiliki kartu kredit dari bank tersebut.

Mengenai adanya pro dan kontra berarti kehadiran kartu kredit telah membawa dampak positif dan negative hal ini tentu berkaitan dengan pribadi

masing masing sebagai dan pengguna kartu kredit. Berkaitan dengan hal tersebut sebagian pihak berpendapat bahwa bank penerbit dinilai sering melakukan keputusan sepihak yang berakibat kerugian nasabah kartu kredit di sisi lain banyak pihak yang pro dengan kartu kredit karena diuntungkan dengan adanya kartu kredit

Kartu kredit konvensional dan kartu kredit syariah memiliki fungsi yang sama, yaitu sebagai alat pembayaran aneka tagihan rutin seperti tagihan listrik, telepon, dan TV berlangganan, untuk penarikan tunai, keperluan transaksi cicilan, pembelian barang di merchant yang telah ditunjuk oleh bank, transfer dari kartu kredit ke kartu kredit lainnya atau sebaliknya dapat digunakan di seluruh dunia, diproteksi dengan asuransi, pembayaran tagihan dapat dilakukan dengan secara tunai di bank yang bersangkutan maupun bank lain yang telah ditunjuk, penodebetan langsung dari tabungan atau giro di bank yang bersangkutan atau di bank lain, melalui ATM⁴

Mengenai biaya keterlambatan untuk Kartu Kredit syariah ini terdapat pengaturan dari Majelis Ulama Indonesia perihal ketentuan Ta'wid dan Ta'zir, yaitu penerbit kartu dapat mengenakan ta'widh ganti rugi terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan oleh penerbit kartu akibat keterlambatan pemegang kartu dalam membayar kewajibannya yang telah jatuh tempo.⁵

⁴ Zainal Arifin Yusuf: *perbandingan kartu kredit dan kartu kredit berbasis syariah*, Al-Iqtishad: Vol.III, No.2, Juli 2011

⁵ MUI, Fatwa DSN-MUI tentang Syariah Card, www.mui.or.id.

Ta'widh (Ganti rugi) adalah menutup kerugian yang terjadi akibat pelanggaran atau kekeliruan. Ganti rugi (Ta'widh) hanya boleh dikenakan atas pihak yang dengan sengaja atau karena kelalaian melakukan sesuatu yang menyimpang dari ketentuan akad dan menimbulkan kerugian pada pihak lain.⁶

Jumlah ganti rugi besarnya harus sesuai dengan kerugian riil dan dalam nominal tertentu. Besarnya ganti rugi ini tidak boleh dicantumkan dalam akad. Ganti rugi tersebut dapat diakui sebagai hak pendapatan bagi pihak yang menerimanya, fatwa DSN MUI No.43/DSN-MUI/VII/2004 tentang ganti rugi (ta'widh).

Sedangkan Ta'zir pada lembaga keuangan syariah. Ta'zir adalah sanksi yang dikenakan lembaga keuangan syariah kepada nasabah yang mampu membayar. Tetapi menunda-nunda pembayaran dengan disengaja. Oleh nasabah dengan alasan yang tidak dibenarkan oleh syar'I dan tidak mempunyai kemauan dan I'tikad baik untuk membayar hutangnya.⁷

Adanya fakta bahwa Syariah Card (Kartu Kredit Syariah) memang banyak dibutuhkan karena esensinya yang bersifat praktis, aman, dan fleksibel juga karena fungsinya dapat memberikan proteksi keuangan berupa adanya keperluan mendadak dan kemudahan bertransaksi bagi masyarakat. Bagi perbankan syariah kehadiran Syariah Card sudah tentu menjadi bentuk layanan kepada nasabah yang ingin memperoleh kemudahan seperti

⁶ <https://Ariesyantoso.wordpress.com>

⁷ Amir Syariffudin, *Garis-garis Besar Fiqih*, bogor, Prenada Media, 2003, hlm.321.

Convenience Product dalam menjaga loyalitas nasabah. Di sisi lain pro-kontra munculnya fatwa tentang syariah card oleh DSN MUI tidak serta merta berakhir.⁸

iB Hasanah Card merupakan kartu kredit berbasis syariah yang dapat berfungsi layaknya seperti kartu kredit sehingga dapat diterima di seluruh tempat (merchant) di seluruh dunia. Dasar yang dipakai dalam penerbitan iB Hasanah Card adalah fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) no. 54/DSN/MUI/X/2006 mengenai syariah card dan surat persetujuan dari bank Indonesia No. 10/337/Dpbs tanggal 11 Maret 2008. Sesuai dengan fatwa DSN No.54/D *Syariah Card* didefinisikan sebagai “kartu yang berfungsi sebagai Kartu Kredit yang hubungan hukum antara para pihak berdasarkan prinsip syariah sebagaimana diatur dalam fatwa “ iB Hasanah Card berbasis pada akad kafalah, qardh, dan ijarah sesuai dengan fatwa DSN No.54/DSN/MUI/X/2006⁹

Dari latar belakang tersebut penulis ingin meneliti tentang kartu kredit syariah dengan judul Strategi Marketing Kartu Kredit di Bank BNI Syariah

⁸ Ulul Azmi Mustofa. *Syariah Card Prespektif Al-Maqasid Syariah*, Jakarta, vol.01, No.01, maret 2015

⁹ Salmah Hadi Azzubaidi, *Strategi Bersaing Divisi Bisnis Kartu Kredit Pada Pt Bank Bni Syariah*.JIMFE(jurnal ilmiah fakultas ekonomi)(Jakarta; volume 2 No.1 tahun2016) Edisi1 hlm 33-58

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian maka fokus dan subfokus penelitian adalah sebagai berikut.

1. bank syariah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah
2. kartu kredit sebagai penyediaan uang atau tagihan

C. Perumusan Masalah

Adapun Rumusan yang ingin saya angkat yakni :

1. Bagaimana strategi marketing kartu kredit pada Bank BNI Syariah?
2. Faktor apa yang menjadi pendukung dan penghambat dalam proses marketing kartu kredit Bank BNI Syariah?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a) Memberikan wawasan tambahan teori strategi marketing dan faktor yang mendukung dan menghambat pada teori tersebut.
 - b) Membuka cakrawala berfikir dalam menentukan langkah strategi marketing yang sesuai dengan perkembangan zaman.
2. Manfaat Praktis

- a) Memberikan stimulus baru kepada para praktisi perbankan syariah dalam melaksanakan strategi marketing kredit berdasarkan faktor pendukung strategi tersebut
- b) Memberikan arah kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah terhadap kartu kredit berdasarkan faktor penghambat dan pendukung strategi marketing yang diteliti ini

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada awal membahas mengenai latar belakang mengenai objek penelitian dan alasan penelitian dilakukan dan dirumuskan dalam sebuah perumusan masalah setelah ada perumusan masalah kemudian dibuat tujuan penelitian agar dapat diperoleh manfaat baik secara akademis maupun praktis secara lebih terarah dari tujuan penelitian dan manfaat penelitian ditentukan metode penelitian dalam penelitian yang kemudian di sambung untuk menyambungkan teori atau topic yang menunjang ataupun memperkuat penulisan skripsi ini yang dikemukakan para ahli dalam bidangnya

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Teori teori yang berkaitan dengan topic teori tersebut berasal dari konsep yang dikemukakan oleh para ahli dalam bidangnya masing masing khususnya dalam bidang komunikasi yang menjangkau luas

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini mengulas objek penelitian berkaitan dengan struktur organisasi perusahaan yang bersangkutan permasalahan yang ditemui dalam permasalahan serta alternative pemecahan masalah tersebut juga akan dibahas pada bab ini

BAB IV Hasil Penelitian

Bab ini mengenai pembahasan yang telah dilakukan mengenai solusi dalam objek penelitian pengolahan dan penelitian dan pembahasan secara mendalam mengenai penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Peneliti menyampaikan kesimpulan penelitian yang berisi jawaban dari perumusan masalah atau tema-tema penting yang berkaitan dengan hasil interpretasi data atau verifikasi temuan dengan konsep-konsep dan teori-teori yang sesuai dengan fokus dan subfokus penelitian.

B. Saran

Peneliti memberikan sesuatu yang diberikan kepada pembaca yang disusun disusun berdasarkan hasil temuan dalam penelitian yang telah dilakukan dan bukan berupa pendapat atau tinjauan idealis pribadi peneliti.

Rekomendasi yang dirumuskan oleh peneliti bukan untuk menjawab permasalahan pokok penelitian, tetapi dirumuskan berdasarkan penelusuran yang menurut peneliti dapat bermanfaat secara praktis maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus penelitian

1. Fokus

a. Pengertian Bank

Asal dari kata bank adalah dari bahasa Italia yaitu banca yang berarti tempat penukaran uang. Secara umum pengertian bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai banknote.¹⁰

Kemudian dalam UU NO.7 tahun 1992 mengatur Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.¹¹

¹⁰ <https://lingamartha.wordpress.com>

¹¹ https://lps.go.id.asset_publisher.content.com

Sedangkan pengertian bank menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998 tentang perbankan yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹²

Kemudian dalam UU No.21 tahun 2008 tentang bank untuk kepentingan pendidikan pidana perpajakan, pimpinan Bank Indonesia atas permintaan menteri keuangan berwenang mengeluarkan perintah tertulis kepada bank agar memberikan keterangan dan memperlihatkan bukti tertulis serta surat mengenai keadaan keuangan nasabah penjamin atau nasabah investor tertentu kepada pejabat pajak. Perintah tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus menyebutkan nama pejabat pajak, nama nasabah wajib pajak dan kasus yang dikehendaki keterangannya.¹³

b. Pengertian Bank Syariah

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan usahanya

¹² <http://banking.blog.gunadarma.ac.id/2010/12/21/pengertian-bank-2/>

¹³ https://www.bi.go.id>UU_21_2008_syariah

(UU RI no.21 tahun 2008). Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Unit Usaha Syariah yang selanjutnya disebut UUS adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah.¹⁴

Bank Pertama yang secara resmi dimiliki Negara RI, BNI merupakan pelopor terciptanya berbagai produk dan layanan jasa perbankan BNI terus memperluas perannya, tidak hanya terbatas sebagai bank pembangunan, tetapi juga ikut melayani kebutuhan transaksi perbankan masyarakat umum.¹⁵

c. Fungsi Bank Syariah

Bank Syariah mempunyai fungsi yang berbeda dengan bank konvensional, fungsi bank syariah juga merupakan karakteristik bank syariah. Dengan diketahui fungsi bank syariah yang jelas akan

¹⁴ A Khoirudin, *Accounting Analisis Journal*, 2013, Journal.Unnes.ac.id

¹⁵ Dinno Indiano: [https:// www.bnisyariah.co.id](https://www.bnisyariah.co.id)

membawa dampak dalam pelaksanaan kegiatan usaha bank syariah. Banyak para pengelola bank syariah yang tidak memahami dan tidak menyadari fungsi bank syariah ini yang menyamakan fungsi bank syariah dengan fungsi bank konvensional sehingga membawa dampak dalam pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh bank syariah yang bersangkutan, sebagai berikut

- 1) Fungsi manager investasi, dan
- 2) Fungsi investor yang berhubungan dengan pembagian hasil usaha yang dilakukan oleh bank syariah.¹⁶

Kemudian 3 Fungsi utama Bank Syariah yaitu Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank dan juga memberikan pelayanan jasa perbankan syariah.¹⁷

2. Sub Fokus

a. Pengertian Kartu Kredit

Berdasarkan undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang dimaksud dengan kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan

¹⁶ Wiroso, *Penghimpunan Dana Dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, PT. Gramedia Widiasarana, Jakarta, 2005 hlm. 4-5

¹⁷ Drs.Ismail, *Perbankan Syariah*, Prenada media Group, edisi Pertama, 2011, hlm.39

atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Tujuan kredit yang diberikan oleh suatu bank antara lain pertama, Turut menyukseskan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan kedua, meningkatkan aktifitas perusahaan agar dapat menjalankan fungsinya guna menjamin terpenuhinya kebutuhan masyarakat dan ketiga, memperoleh laba agar kelangsungan perusahaan terjamin dan dapat memperluas usahanya adapun unsur-unsur dalam kredit tidak terlepas dari unsur kepercayaan,waktu,tingkat resiko dan unsur prestasi.¹⁸

b. Pengertian Kartu Kredit Syariah

Kartu kredit syariah merupakan kartu kredit berbasis syariah yang memiliki dasar hukum yang digunakan selain mengacu pada undang-undang perbankan. Juga kepada UU perbankan syariah dan fatwa dewan syariah nasional (DSN). Adapun mengenai perbedaan kartu kredit syariah.

¹⁸ AG Mabur-Komputa: *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 2012, search.UNIKOM.ac.id

Tabel 2.1.Perbedaan antara kartu kredit reguler dan kartu kredit syariah (Hasanah Card)

No.	Unsur Pembeda	Kartu kredit reguler	Kartu kredit syariah
1	Dasar Hukum	UU Perbankan	UU perbankan,UUPS,Fatwa DSN
2	Penerbit	Bank Konvensional	BNI Syariah bekerja sama dengan divisi bisnis kartu
3	Provider	Master card dan Visa	Master Card
4	Perjanjian	Berdasarkan Bunga	Berdasarkan aqad kafalah,qardh,ijarah
5	Ketentuan Penggunaan	Tidak dibatasi	Hanya digunakan untuk transaksi yang sesuai syariah
6	Fitur	Cash advance, danapulus, extra dana, smartspending, transfer balance, dan executive lounge	Fitur sama dengan kartu kredit reguler yang membedakan cara pendapatan fee-nya
7	Pendapatan	Annual fee, bunga atas	Annul fee,Mouthly fee,

	bank	transaksi, merchant fee, denda keterlambatan	Merchant fee, biaya penagihan, denda keterlambatan sebagai dana social
8	Cash collateral	Tidak diperlukan	Diperlukan untuk kartu classic 10% dari limit kartu

Sumber: Seminar Masyarakat Ekonomi Syariah (2009).

3. Strategi

a. Pengertian Strategi

Menurut Hamel dan Prahalad mendefinisikan strategi yaitu merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan dalam sudut pandang tentang dalam apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hamper selalu dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies)¹⁹

Strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat dan acara untuk bersaing. Strategi

¹⁹ Husain Umar *Strategic Manajemen In Action*,(Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,2001),hlm31

menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.²⁰

Jadi strategi merupakan cara yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Dengan strategi tersebut dapat diukur seberapa besar kemungkinan keberhasilan yang akan dicapai.

b. Pengertian Marketing

Marketing merupakan suatu seni menjual produk sehingga marketing proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut dijual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berfokus pada terjadinya transaksi penjualan barang dan jasa. Pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat, salah satu dari definisi pemasaran terpendek adalah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”.

Marketing adalah proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.

²⁰ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : PT Rineka Cipta,2004), hlm.338

Konsep paling dasar yang melandasi marketing adalah :

- a. Kebutuhan (needs) adalah suatu pernyataan dari penasaran kekurangan.
- b. Keinginan (wants) adalah kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.
- c. Permintaan (demands) adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli.²¹

c. Strategi Marketing

Strategi marketing adalah wujud rencana yang terarah dibidang marketing untuk memperoleh suatu hasil yang optimal, strategi marketing mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan erat yakni:

- a. Pasar target atau sasaran yaitu kelompok konsumen yang homogeny yang merupakan sasaran perusahaan.
- b. Bauran pemasaran marketing (marketing mix) adalah variable-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang terdiri dari produk, harga distribusi dan juga promosi.

Di bidang pemasaran, manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat strategi yang sering dikenal dengan Marketing Mix atau bauran pemasaran. Strategi-strategi tersebut adalah strategi product (produk), strategi Place (Tempat), strategi price (Harga), strategi promotion (promosi).

²¹ R Yaya, AE Martawireja, A Abdurahim, 2014, repository.umy.ac.id

a. Strategi Produk

Produk berate barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Produk yang baik adalah produk yang dibutuhkan oleh konsumen karena itu bagian pemasaran seolah-olah bertugas sebagai “mata” perusahaan yang harus selalu jeli dalam mengamati kebbutuhan konsumen.

- 1) Kebutuhan adalah suatu keadaan ketika dirasakannya ketidakpuasan dasar tertentu yang sifatnya ada dan terletak dalam tubuh kondisi manusia. Misalnya kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan keamanan dan penghargaan. Kebutuhan ini tidak diciptakan oleh masyarakat dan pasar kebutuhan ini ada dalam suasana biologi manusia dan kondisi manusia.
- 2) Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam tadi. Misalnya setiap orang membutuhkan makan, tetapi dapat dipuaskan dalam jenis makanan yang berbeda seperti orang yang makan roti dan yang makan nasi soto dan lain sebagainya. Meskipun kebutuhan manusia sedikit tapi keinginan mereka banyak.
- 3) Permintaan adalah keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan kemauan untuk membelinya. Keinginan akan menjadi permintaan jika didukung oleh kekuatan pembeli.
- 4) Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa barang jasa maupun ide-ide.

Disamping itu, islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Barang yang harus terang dan jelas kualitasnya sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian, tidak boleh menipu kualitas dengan jalan memperlihatkan yang baik bagian luarnya dan menyembunyikan yang jelek pada bagian dalam

b. Strategi tempat

Meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Menurut Kasmir dijelaskan bahwa saluran distribusi adalah suatu jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen dan konsumen²²

Etika pemasaran dalam konteks distribusi :

1. Kecepatan dan ketepatan waktu
2. Keamanan dan keutuhan barang
3. Konsumen mendapat pelayanan cepat dan tepat

Selain itu dapat dikemukakan saluran distribusi adalah satuan atau sejumlah lembaga pemasaran dari agen pendukung secara bersama mereka memindahkan hak dan menyerahkan barang dari titik produksi hingga ke titik penjualan akhir (konsumen).

Adapun prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan islam ialah peningkatan dan pembagian hasil kekayaan agar sirkulasi kekayaan

²² Kasmir, Manajemen Perbankan (Jakarta : Raja Grafindo 2000) hlm,186

dapat ditingkatkan. Dengan demikian kekayaan yang ada dapat melimpah secara merata dan tidak hanya beredar diantara golongan tertentu saja. Distribusi diatas mempunyai arti luas dan dalam arti penyebaran dan penukaran hasil produksi lain islam telah memberikan tuntunan yang diikuti oleh pelaku ekonomi islam.

c. Strategi Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk. Harga merupakan satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

Etika pemasaran dalam konteks Harga :

1. Beban biaya produksi yang wajar
2. Sebagai alat kompetisi yang sehat
3. Diukur dengan daya kemampuan beli masyarakat
4. Margin (keuntungan) yang layak
5. Sebagai alat daya tarik masyarakat

d. Strategi Promosi

Promosi adalah salah satu bagian bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh penjual untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan guna meningkatkan jumlah penjualan. Biasanya dalam kegiatan promosi ini pemilik barang berusaha memuji dan mengemukakan keunggulan-keunggulan produk yang dijualnya. Akan tetapi satu hal yang tidak baik bila penjual secara berlebihan memuji-muji produk yang dijualnya padahal mutunya tidak sebaik yang ia katakan. Pemasaran dalam islam juga akan menghindari iklan porno,bohong dan promosi yang menghalalkan segala cara. Promosi adalah suatu pesan yang dikomunikasikan kepada calon pembeli melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program. Strategi pemasaran ekonomi islam meliputi:

- 1) Memiliki pribadi spiritual
- 2) Berperilaku baik dan simpatik
- 3) Memiliki kecerdasan dan intelektualitas
- 4) Komunikatif dan transparan
- 5) Bersikap rendah hati
- 6) Jujur terpercaya
- 7) Bertanggung jawab
- 8) Tidak ada berburuk sangka dan tidak menjelekan.²³

Strategi marketing adalah cara yang akan digunakan untuk penyaluran produk atau barang yang siap untuk diterima oleh konsumen, serta cara menarik konsumen agar membeli produk atau barang yang dipasarkan.

²³ Nuraviva Mutia, 2011, *Analisis Strategi Pemasaran UKM Penghasil Produk Kerajinan Akar Wangi*, Skripsi pada Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB, Bogor.

Strategi marketing produk mengandung pengertian sebagai cara yang ditempuh dalam rangka menawarkan dan menjual kepada masyarakat produk-produk yang dimiliki. Sedangkan menurut pengertian syariah maksudnya agar cara tersebut diwujudkan dalam bentuk tindakan dan langkah-langkah kebijakan yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah.²⁴

B. Hasil penelitian yang relevan

Penelitian ini menggunakan beberapa sumber terdahulu sebagai referensi serta bahan kajian yang berkaitan dengan penelitian sekarang sebagai berikut:

1. Supriya

Dalam penelitian ini berjudul “strategi telemarketing promosi kartu kredit” penyusunan penelitian ini, penulis juga mempelajari penelitian yang dilakukan sebelumnya permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah masalah pengaruh pengetahuan pokok, promosi, kepercayaan, serta persepsi manfaat yang berpengaruh secara signifikan. Kegiatan pengumpulan data berupa wawancara dan pengisian kuesioner oleh pengguna uang elektronik. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 150 orang.

2. Habsari Candraditya dan Idris

Dalam penelitian ini berjudul “analisis penggunaan uang elektronik” peneliti tertarik untuk meneliti minat menggunakan salah satu uang

²⁴ Ibid, Nuraviva Mutia, 2011,

elektronik yaitu iB Hasanah Card di lingkungan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, yang tidak hanya digunakan sebagai kartu identitas namun juga sebagai alat pembayaran. Minat menggunakan ini dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Pengaruh minat menggunakan yang diteliti dalam penelitian ini antara lain pengetahuan produk, persepsi manfaat, serta kesesuaian harga saldo minimum untuk menggunakan produk.²⁵

3. Fitri maisya

Meneliti tentang “pengaruh periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat terhadap keputusan menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk cabang bukittinggi” penelitian ini untuk melihat pengaruh periklanan. Promosi penjualan dan hubungan masyarakat terhadap keputusan menabung di PT. Bank Negara Indonesia data di dalam penelitian ini dikumpulkan dari 119 orang responden dengan kuesioner periklanan dan hubungan masyarakat adalah faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan menabung konsumen.²⁶

4. Anhardi

Dalam Analisis Strategi Promosi Kartu Kredit Bank Rakyat Indonesia menyimpulkan bahwa bank BRI untuk mempromosikan melakukan bauran promosi yang meliputi periklanan, personel selling, promosi

²⁵ BA Kurniawan, 2017, eprints.perbanas.ac.id

²⁶ TS Pratiwi, 2015, eprints.perbanas.ac.id

penjualan publisitas dan hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Dengan meningkatkan frekuensi atau intensitasnya maka diharapkan jumlah informasi yang sampai kepada masyarakat akan semakin banyak sehingga masyarakat menjadi terbuka terhadap kartu kredit dan ketika muncul kebutuhan kartu kredit.²⁷

5. Fahdi

Dari fakultas Syariah dan hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, tentang Kesesuaian Prinsip Syariah terhadap Aplikasi Hasanah Card di BNI Syariah dengan membahas tentang kesesuaian prinsip syariah dalam produk lembaga keuangan syariah dengan lebih meneliti tentang pengaplikasian prinsip syariah pada produk Hasanah Card.²⁸

Dari semua penelitian yang ada yang membedakan antara penelitian saya dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah Kekhasan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian yaitu PT. Bank BNI Syariah, dimana Bank ini merupakan Bank umum Syariah satu-satunya yang telah menerbitkan kartu kredit syariah yaitu “Hasanah Card” selain itu yang membedakan dari system marketing pada Bank BNI Syariah cabang fatmawati dengan menggunakan Open Table pada perusahaan yang sudah bekerja sama di BNI Syariah, dan dengan jalur via phone pada setiap kerja

²⁷ <https://Etheses.uin-malang.ac.id>

²⁸ *Ibid* <https://Etheses.uin-malang.ac.id>

sama yang dilakukan pada nasabah, dan dengan marketing analisis yang sangat begitu ketat sehingga tidak sembarang orang bisa seenaknya menggunakan kartu kredit Hasanah Card.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

1. Ingin mengetahui Strategi marketing kartu kredit pada Bank BNI Syariah.
2. Ingin mengetahui dan menelusuri faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam proses marketing kartu kredit Bank BNI Syariah.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bank BNI Syariah Fatmawati. Waktu penelitian dilakukan pada bulan 11 Februari s/d 11 Agustus 2019. Dasar dalam melaksanakan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang terdapat dalam marketing kartu kredit di Bank BNI Syariah cabang Fatmawati.

C. Latar Penelitian

Setelah melihat dari tujuan masalah di atas, maka latar penelitian penulis sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi kartu kredit (iB Hasanah Card) Di Bank BNI Syariah.
2. Bagaimana Bank mempromosikan dalam pemasaran perbankan syariah
3. Bagaimana strategi dalam marketing keuangan dengan konsumen pada pelayanan kartu kredit syariah.

4. Meneliti harga dalam kartu kredit dalam marketing yang sedang berjalan dalam Bank Negara Indonesia.
5. Menelusuri produk apa yang saja yang dilaksanakn perbankan dalam menjalan kegiatan marketing kartu kredit di Bank Negara Indonesia.

D. Metode dan Prosedur Penelitian

Berdasarkan apa yang sudah dirumuskan pada penelitian ini dapat dikategorikan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif sedangkan prosedurnya menggunakan studi kasus. penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

E. Data dan Sumber Data

Data yang diperoleh dari penulis berasal dari beberapa sumber data baik primer maupun skunder data primer dalam skripsi ini adalah strategi marketing kartu kredit pada Bank BNI Syariah cabang Fatmawati. Dan melakukan wawancara terhadap pihak terkait maka dari itu penulis telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis.

Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah literature jurnal jurnal tentang permasalahan yang dibahas, jurnal

dimaksudkan dapat menjadi kerangka pemikiran atau teori dan hasil proses penelitian lapangan.²⁹

Interview/wawancara disini digolongkan wawancara tidak terstruktur atau terbuka untuk penelitian yang lebih mendalam tentang responden dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden. Berdasarkan analisis terhadap setiap jawaban dari responden tersebut maka peneliti dapat mengajukan berbagai pertanyaan berikutnya yang lebih terarah pada suatu tujuan. Dalam melakukan wawancara peneliti dapat menggunakan cara “berputar-putar baru menukik” artinya pada awal wawancara yang dibicarakan adalah hal-hal yang tidak terkait dengan tujuan, dan bila sudah terbuka kesempatan untuk menanyakan sesuatu menjadi tujuan, maka segera ditanyakan.³⁰

Adapun data-data sekunder yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan literature jurnal untuk menyeimbangkan pemikiran yang di dapat dari data untun menyampaikannya di dalam skripsi ini.

²⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Alfabeta, 2008, hlm.233

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan r&d*, Bandung , Penerbit ALFABETA, 2017 Cet, Ke-26, hlm 140-141

F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini yaitu dengan menggunakan cara penelitian:

1. Wawancara

Penulis menanyakan langsung pertanyaan kepada narasumber yang terkait sehingga data dapat diperoleh dari narasumber langsung dari keterangan dan informasi lainnya.

2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi mencari data mengenai catatan ,keterangan dan sebagainya bentuk dokumentasi dari penelitian skripsi ini adalah berupa mekanisme dalam marketing Bank BNI Syariah dalam masalah kartu kredit kantor cabang fatmawati.

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisisioner kalau wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam lainnya.

Sutrisno hadi mengemukakan bahwa, observasi suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.³¹

G. Validitas Data

Pemeriksaan terhaap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.³²

Keabsahan data dapat dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang telah diperoleh. Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data, adapun uji data keabsahan yang dapat dilaksanakan adalah sebagai berikut.

1. Kredibilitas

Uji kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap dari hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan. Dari prespektif ini tujuan penelitian untuk mendeskripsikan atau memahami fenomena yang

³¹ Ibid Sugiyono hlm.145

³² Ibid Sugiyono hlm. 267

menarik perhatian dari sudut pandang partisipan-partisipan adalah satu-satunya orang dapat menilai secara sah kredibilitas hasil penelitian.

Strategi untuk meningkatkan kredibilitas meliputi:

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas data dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih baru. Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antara peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin terbuka, saling timbul kepercayaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap.³³

Perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian dilakukan pada pengujian terhadap data yang telah setelah dicek kembali ke lapangan data yang telah diperoleh sudah dapat dipertanggungjawabkan atau benar berarti kredibel, maka perpanjangan pengamatan perlu diakhiri.

b. Meningkatkan kecermatan dalam penelitian

Meningkatkan kecermatan atau ketekunan secara berkelanjutan maka kepastian data dan urutan kronologis peristiwa dapat dicatat atau direkam dengan baik, sistematis. Meningkatkan kecermatan merupakan

³³ Ibid Sugiyono hlm. 271

salah satu cara mengontrol/mengecek pekerjaan apakah data yang telah dikumpulkan sudah benar atau belum. Untuk meningkatkan ketekunan peneliti dapat dilakukan. Dengan cara demikian maka peneliti akan semakin cermat dalam membuat laporan yang pada akhirnya laporan yang dibuat akan semakin berkualitas

c. Triangulasi

William Wiersman mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu.

1) Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara untuk mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan data untuk kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data.

2) Triangulasi teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya, untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi maka peneliti melakukan diskusi lebih

lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang di anggap benar.

3) Triangulasi waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar akan memberikan data lebih valid sehingga data yang diberikan oleh narasumber lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dilain waktu.

2. Tranferabilitas

Tranferabilitas merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke proposal dimana sampel tersebut diambil.

Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan atau dapat dilakukan dalam situasi lain dalam konteks yang berbeda di situasi social yang berbeda validitas nilai transfer masih dapat dipertanggungjawabkan.

3. Depandibilitas

Reliabilitas atau penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama. Penelitian yang dependibilitas atau reabilitas adalah

penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula.³⁴

Pengujian dependabilitas dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dengan cara auditor yang independen mengaudit keseluruhan misalnya bisa dimulai ketika bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, terjun ke lapangan, memilih sumber data, melaksanakan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai pada pembuatan laporan hasil pengamatan.

4. Konfirmabilitas

Objektivitas pengujian kualitatif atau disebut juga uji konfirmabilitas penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji konfirmabilitas berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmabilitas. Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda diantara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

³⁴ Ibid. Sugiyono hlm.277

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BNI Syariah

1. Sejarah Umum BNI Syariah

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 perannya, 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 industry 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.³⁵

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

³⁵ <https://www.bnisyariah.co.id>,

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 industry 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 hal ini sesuai dengan UU No.10 tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah, diawali dengan pembentukan tim bank syariah di tahun 1999.³⁶ Bank Indonesia kemudian mengeluarkan ijin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI, setelah itu BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang, syariah sebagai berikut :

- a) Tepatnya pada tanggal 29 april 2000 BNI Syariah membuka 5 kantor cabang syariah sekaligus dikota kota potensial yakni :Yogyakarta,malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin

³⁶ Rahmat Nugraha, *Analisis Strategi Promosi Hasanah Card*, (Bogor:Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor,2013) hlm75.

- b) Tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah yang difokuskan ke kota-kota besar di Indonesia yakni : Jakarta (2cabang),Bandung,Makassar dan Padang.
- c) Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah tahun 2002 lalu BNI Syariah membuka dua kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang.
- d) Di awal tahun 2003, dengan pertimbangan load bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat,BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah dari Jepara ke Semarang sedangkan untuk melayani masyarakat kota Jepara, BNI Syariah membuka kantor cabang-cabang pembantu Syariah Jepara
- e) Pada bulan Agustus dan September 2004, BNI Syariah membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya layanan ini diperuntukkan untuk individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman.

Dari awal beroperasi hingga kini,BNI Syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Disamping itu komitmen Pemerintah terhadap

pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat³⁷.

2. VISI dan MISI BNI Syariah

Visi dan Misi BNI Syariah adalah:³⁸

a. Visi

Menjadi 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 sebagai pegawai sebagai perwujudan ibadah .
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah

³⁷ Ibid Rahmat Nugraha hlm. 67

³⁸ Abu Muhammad Dwiono Koesen Al-Jambi, *Ayo ke Bank Syariah*, (Jakarta;pustaka rayhan,2016)hlm4-6

3. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi PT. BNI Syariah antara lain :³⁹

a. Komisaris

Fero Poerbonegoro	: Komisaris Utama
Rizqullah	: Komisaris Independen
Max R.Niode	: Komisaris Independen
Imam Budi Sarjito	: Komisaris

b. Direksi

Abdullah Firman Wibowo	: Direktur Utama
Dhias Widhiyati	: Direktur Bisnis SME dan Komersil
Tribuana Tunggadewi	: Direktur Kepatuhan dan Risiko
Wahyu Avianto	: Direktur
Iwan Abdi	: SEVP Bisnis Ritel dan Jaringan

c. Dewan Pengawas Syariah

Dr. KH. Ma'ruf Amin	: Ketua
Dr. Muhammad Syafi'I Antonio, Mec.	: Anggota

³⁹ <https://www.bnisyariah.co.id>

4. Pembiayaan iB Hasanah Card

BNI Syariah dalam mengeluarkan Hasanah Card tidak secara mudah dapat langsung memberikannya kepada nasabah, mereka menetapkan syarat-syarat yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Antara lain adalah harus minum 21 Tahun memiliki kartu identitas diri (KTP), melampirkan buku penghasilan serta untuk lebih mempermudah disetujui permohonan tersebut bagi pemohon yang telah memiliki kartu pembiayaan lainnya dapat melampirkan fotokopi kartu pembiayaan tersebut sebagai referensi.

Walaupun persyaratan yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan kartu pembiayaan di setiap bank yang mengeluarkannya ada perbedaan, akan tetapi secara umum ada beberapa syarat yang diperkirakan sama. Biasanya calon nasabah hanya perlu mengisi aplikasi yang telah disediakan oleh bank penerbit. Pada umumnya persyaratan tersebut berupa⁴⁰:

1. KTP yang alamatnya sesuai dengan alamat tempat tinggal anda, dan kalau bisa ada nomor telpon tetap (fixedline) di rumah tersebut.
2. Nomor telepon yang bisa dihubungi untuk proses verifikasi dan wawancara.
3. Daftar gaji atau keterangan penghasilan.

⁴⁰ Brosur PT.BNI Syariah *Keleluasaan Transaksi Untuk Pribadi Hasanah*. (Jakarta:PT.BNI Syariah:TT) hlm4.

4. Nama orang terdekat anda (kakak, adik atau saudara) nama, alamat dan nomor telepon yang bisa dihubungi.
5. Datang ke bank yang di tuju

5. iB Hasanah Card

Hasanah artinya perkataan atau perbuatan yang baik kebaikan yang diberikan untuk seorang anak perempuan. Hasanah berasal dari Arab (Islam) dengan huruf awal H dan terdiri dari 7 huruf. Kata Hasanah memiliki pengertian, definisi, maksud atau makna perkataan atau perbuatan yang baik. Kebaikan, bisa digunakan untuk nama tempat, dan lain-lain. Kata hasanah juga terdapat pada nama sahabat nabi Muhammad SAW yaitu, Syurabbil bin hasanah (583-639) adalah sahabat Nabi Muhammad SAW, dia merupakan salah satu komandan tersukses dalam pasukan rasyidin.

iB Hasanah Card merupakan kartu pembiayaan yang berfungsi sebagai kartu kredit berdasarkan prinsip Syariah, yaitu dengan system perhitungan biaya bersifat tetap, adil, transparan, dan kompetitif tanpa perhitungan bunga yang diterima diseluruh tempat bertanda MasterCard dan semua ATM yang bertanda Cirrus di seluruh dunia yang diterbitkan oleh BNI Syariah dengan akad sebagai berikut :

- a. Akad kafalah

BNI Syariah adalah penjamin bagi pemegang iB Hasanah card timbul dari transaksi antara pemegang iB Hasanah card dengan Merchant dan atau penarikan tunai

b. Akad Qardh

BNI Syariah adalah pemberi pinjaman kepada pemegang iB Hasanah card atas seluruh transaksi penarikan tunai dengan menggunakan kartu dan transaksi penjamin dana.

c. Akad Ijarah

BNI Syariah adalah penyedia jasa system pembayaran dan pelayanan terhadap pemegang iB Hasanah card atas ijarah ini pemegang iB Hasanah Card dikenakan membership annual fee.

6. Batasan pengguna iB Hasanah Card

iB Hasanah card tidak digunakan untuk transaksi yang tidak sesuai dengan syariah dan juga tidak mendorong pengeluaran yang berlebihan(israf). Pemegang iB Hasanah Card harus memiliki kemampuan financial untuk melunasi pada waktunya.

B. Temuan Penelitian

1. iB Hasanah Card

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah⁴¹ Bukan hanya berhenti pada menjalankan usaha berdasarkan prinsip syariah, tetapi juga bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat oleh karena itu, bank syariah menjalankan fungsi utamanya menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat.

Sejalan dengan fungsi tersebut, bank syariah memiliki produk unggulan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Produk tersebut diantaranya produk penghimpunan dana dan pembiayaan. Dalam pelaksanaannya penghimpunan dana pembiayaan mengikuti aturan yang telah ditetapkan bank Indonesia dan MUI.

Selain masalah pelaksanaan yang telah berjalan lancar komunikasi pemasaran menjadi unsur pokok dalam pelaksanaan penghimpunan dana dan pembiayaan. Dalam pemasaran ini bank berusaha menyampaikan produk-produknya untuk menarik nasabah dan calon nasabah untuk selalu menggunakan produk-produknya.

⁴¹ Bank Indonesia.,Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah, dalam <http://www.hukumonline.com> UU/21/08 perbankansyariah.pdf hlm.1

2. Strategi Marketing Kartu Kredit Hasanah Card

BNI Syariah dalam melakukan strategi marketing pada kartu kredit Hasanah Card memang cukup luas jangkauannya, ada Tiga Strategi Marketing yang digunakan antara lain, sasaran yang pertama dituju adalah dalam perusahaan-perusahaan dengan cara Open Table dengan cara meminta ijin pada pihak perusahaannya untuk menyelenggarakan OpenTable di perusahaan tersebut.⁴²

Kedua dengan cara via telfon biasa yang disebut oleh bagian CBD (Card Bisnis Divisi) telemarketing telfon dengan cara menelvon pihak yang sedang dalam angsuran rumah yang bekerjasama di BNI Syariah dan sedang dalam masa tabungan.⁴³

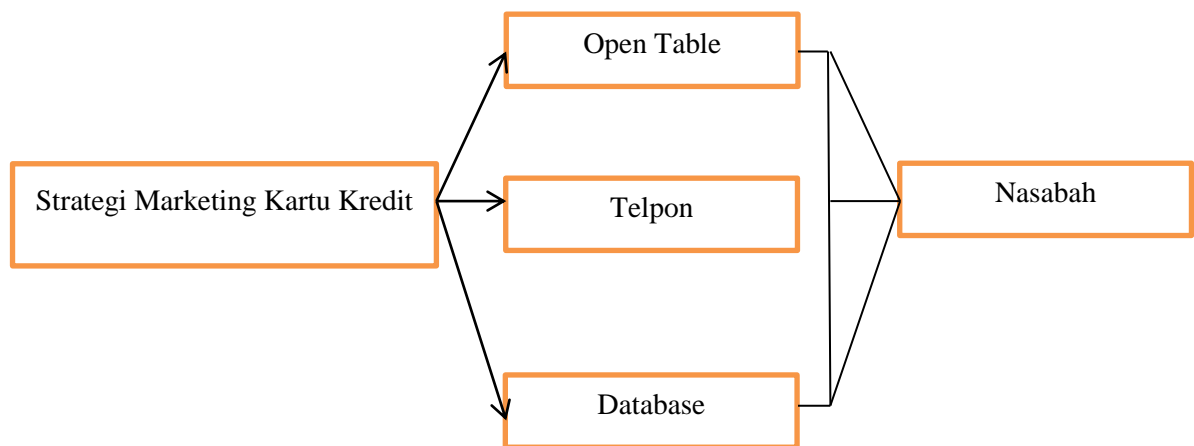
Ketiga dengan cara via database dari pihak bank yang melakukan pemasaran iklan akan melihat database nasabah yang sedang berjalan di BNI Syariah dengan memasarkan produk yang ada pada nasabah dengan cara melihat database dan dengan join visit antara bagian dengan bagian yang lainnya bekerjasama dengan consumer dan sales jika ada nasabah di consumer atau di sales yang sedang bergabung maka dari CBD langsung

⁴² Hasil Wawancara dengan Bapak Aji Bag.CBD(Card Bisnis Divisi), tanggal,13 Maret 2019.

⁴³ Hasil Wawancara dengan Bapak Aji Bag.CBD(Card Bisnis Divisi), tanggal,13 Maret 2019.

ikut menawarkan sekaligus merekrut untuk kenapa tidak bergabung dalam Hasanah Card.⁴⁴

Bila digambarkan nampak seperti skema dibawah ini.



Sumber: Data diolah oleh peneliti.

3. Kendala-Kendala yang dihadapi dalam Strategi Marketing iB Hasanah Card

Dalam mengajukan aktivitas kegiatan operasionalnya terutama penghimpun dana (funding) BNI Syariah selalu memberikan yang terbaik untuk setiap nasabah yang ingin membuka rekening. Dalam segala hal pasti ada kekurangan kekurangan tersebut ada yang membuat rugi seseorang

⁴⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Aji Bag.CBD(Card Bisnis Divisi), tanggal,13 Maret 2019.

Namun, kekurangan tersebut bisa dijadikan keuntungan jika pengelolaan kekurangan diatur dengan sebaik mungkin adapun kekurangan, kelemahan pemasaran dari Hasanah Card adalah sebagaimana berikut:⁴⁵

- a. Kurangnya promosi dan pemasaran
- b. Kurangnya kerja sama dengan asosiasi atau organisasi pendukung
- c. Kurangnya kantor cabang

Keunggulan-keunggulan yang dimiliki iB Hasanah Card dibandingkan kredit Card dari bank syariah antara lain:

- a. Dapat dipakai untuk transaksi lebih dari 30 outlet diseluruh dunia, kartu ini termasuk dalam kredit internasional yang digunakan sebagai alat pembayaran sah digunakan diseluruh dunia saat berpergian keluar negeri Ib Hasanah Card dapat dipakai untuk memenuhi kebutuhan transaksi. Jika ingin menarik secara tunai dapat dilakukan di ATM berlogo Cirrus dan Mastercard.
- b. Bekerja sama dengan Mastercard yang sudah diketahui Mastercard memiliki ratusan juta pengguna diseluruh dunia dan iB Hasanah Card telah bekerjasama dengan mastercard dapat dipergunakan secara luas.
- c. Biaya bulanan yang dibebankan lebih kecil, dengan biaya administrasi bulanan yang relative rendah dibandingkan dengan

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Aji Bag.CBD(Card Bisnis Divisi), tanggal,13 Maret 2019.

kartu kredit konvensional iB Hasanah Card cocok digunakan untuk keperluan wirausaha, ibadah dan pendidikan.

Banyak fasilitas yang diperoleh sebagai berikut:

- a. Free airport lounge.
- b. Gratis asuransi perjalanan.
- c. Cicilan hingga 0% untuk pembelian paket Umroh.
- d. Dapat mengubah transaksi pembelian menjadi cicilan.
- e. Smart billing.

Di Indonesia sendiri, perkembangan bank berbasis syariah terbilang cukup pesat, hal ini dilihat dari hasilnya beberapa bank syariah diantaranya : BRI syariah, BNI syariah, CIMB Niaga syariah, BTN syariah, dan yang menggemirakan artinya semakin banyak bank yang menggunakan prinsip syariah maka semakin banyak nasabah yang menggunakan layanan tersebut di dalam kehidupan mereka.⁴⁶

4. Beberapa Fasilitas Lainnya

⁴⁶ R.Ajeng Entaresmen, 2016, *Strategi Terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah Card Di PT.Bank Negara Indonesia Syariah*, Fakultas Ekonomi Trisakti , Vol. 9 No.1 Jakarta.

Beberapa fasilitas lainnya yang diberikan pada pemegang hasanah card, antara lain:⁴⁷

a. Smart Bill

- 1) Pendaftaran akan segera dijalankan pada iB hasanah card yang telah melakukan proses pendaftaran dan aktivasi kartu
- 2) Pendaftaran setiap bulannya akan berlaku sampai pada bulan berikutnya

b. Informasi Biaya

	Classic	Gold	Platinum
Limit Kartu	Rp. 4.000.000,-	Rp. 8.000.000,-	Rp. 40.000.000,-
	Rp.6.000.000,-	Rp. 10.000.000,-	Rp. 50.000.000,-
		Rp. 15.000.000,-	Rp. 75.000.000,-
		Rp. 20.000.000,-	Rp. 100.000.000,-
		Rp. 25.000.000,-	>Rp. 125.000.000,-
		Rp. 30.000.000,-	

Jenis iB Hasanah Card

⁴⁷ Brosur PT.BNI Syariah *Keleluasaan Transaksi Untuk Pribadi Hasanah*. (Jakarta:PT.BNI Syariah:TT) hlm1-3.

iB Hasanah Card terdiri dari 3 jenis kartu yaitu classic,Gold,Platinum.

1. Classic, BNI Syariah silver atau Hasanah silver memiliki limit yang .
mulai dari Rp. 4.000.000 sampai Rp. 6.000.000
2. Gold, Syariah Gold atau Hasanah Gold memiliki limit mulai dari Rp.
8.000.000 sampai Rp. 30.000.000,
3. Platinum, Hasanah Platinum Card atau Hasanah Platinum memiliki
limit mulai dari Rp. 40.000.000, sampai dengan Rp.90.000.000,.

c. Fasilitas dan Kemudahan BNI iB Hasanah Card

1) Sesuai Tuntunan Syariah

BNI iB Hasanah Card adalah kartu pembiayaan yang berfungsi seperti kartu kredit sesuai dengan prinsip syariah dengan menggunakan akad kafalah, qardh, dan ijarah yang insya allah membawa berkah, BNI iB Hasanah Card dilarang digunakan di tempat maksiat dan untuk pembelian produk-produk tidak halal seperti minuman beralkohol, makanan mengandung daging babi, dll.

2) Biaya Ringan

BNI iB Hasanah Card menetapkan prinsip keadilan, biaya yang dikenakan lebih ringan (tidak menganut prinsip bunga-berbunga).

3) Diterima di Seluruh Dunia

BNI iB Hasanah Card adalah kartu yang berfungsi seperti kredit sehingga diterima di seluruh tempat usaha bertanda Master Card dan Semua ATM yang bertanda CIRRUS di seluruh dunia.

4) Kemudahan Pembayaran

Dapat membayar tagihan BNI iB Hasanah Card melalui ATM BNI, Kantor Cabang BNI dan BNI Syariah.

5) SmartBill

Dapat melakukan pembayaran tagihan Telkom, TELKOMSEL, MATRIX, XPlor, Fren, Speedy, Indovision, First Media, Esia, Indosat, secara autodebet setiap bulannya.

6) E-Billing BNI iB Hasanah Card

E-Billing BNI iB Hasanah Card merupakan salah satu fasilitas yang memberikan kemudahan kepada pemegang kartu untuk mengakses tagihan.

7) Tele Travel BNI

BNI iB Hasanah Card dapat membantu anda untuk memenuhi kebutuhan tiket pesawat untuk perjalanan atau bahkan paket liburan bersama keluarga melalui fasilitas TeleTravel BNI.

C. Pembahasan Temuan Penelitian

BNI Syariah dalam melakukan strategi marketing pada kartu kredit Hasanah Card memang cukup luas jangkauannya sasaran yang pertama dituju adalah dalam perusahaan-perusahaan dengan cara Open Table dengan cara meminta ijin pada pihak perusahaannya untuk menyelenggarakan OpenTable di perusahaan tersebut.

Kedua dengan cara via telepon biasa yang disebut oleh bagian CBD (Card Bisnis Divisi) telemarketing telfon dengan cara menelvon pihak yang sedang dalam angsuran rumah yang bekerjasama di BNI Syariah dan sedang dalam masa tabungan.

Ketiga dengan cara via database dari pihak bank yang melakukan pemasaran iklan akan melihat database nasabah yang sedang berjalan di BNI Syariah dengan memasarkan produk yang ada pada nasabah dengan cara melihat database dan dengan join visit antara bagian dengan bagian yang lainnya bekerjasama dengan consumer dan sales jika ada nasabah di consumer atau di sales yang sedang bergabung maka dari CBD langsung ikut menawarkan sekaligus merekrut untuk kenapa tidak bergabung dalam Hasanah Card.

Dalam marketing kartu kredit di BNI Syariah juga mempunyai penghambat dan pendukung, tentunya yang pertama faktor penghambatnya dalam mempromosikan ini yang sudah di lakukan marketing mix adalah bank konvensional karna mau bagaimanapun bank konvensional sudah lebih dulu dan lebih lama dalam menerbitkan kartu kredit di masyarakat karna untuk saat ini yang sudah meng aplikasikan kartu kredit berbasis syariah itu adalah Bank BNI Syariah di masyarakat pun belum sepenuhnya tahu bahwa banyak kehebatan dibalik Hasanah Card tidak kalah saing dengan konvensional.

Karna yang sampai sekarang berkembang dalam dunia kartu kreditan berbasis syariah yakni BNI Syariah ada Bank Muamalat yang sudah pernah

menerbitkan kartu kredit ketika itu dengan nama Dirham, tetapi tidak berkembang dan akhirnya ditutup dan sekarang mungkin akan disusul oleh CIMB Niaga yang akan memunculkan kartu kredit.

BNI Syariah dalam melakukan proses untuk nasabah pun yang akan menggunakan kartu kredit harus sangat teliti karna kebanyakan nasabah tidak mau ribet dan berlama lama karna BNI Syariah menerapkan system berbasis syariah akad dan pelaksanaannya pun harus jelas maka dari itu proses yang dilakukan tidaklah mudah tetapi bagi nasabah yang mempunyai dana tabungan besar bisa menggunakan jalur khusus tanpa harus melalui hal yang rumit dalam proses hasanah card dengan cara dibuatkan memo dan dari cabang dan di proses dipusat dan nasabah hanya tinggal menandatangani saja itu yang disebut jalur khusus bagi nasabah khusus.

Lantas dari segi pendukungnya Hasanah Card melakukan banyak promo bagi nasabah yang menggunakannya walaupun tidak sebanyak promo iklan tetapi setiap pekannya dalam pemakai kartu kredit ini diberikan promo yang cukup menguntungkan bagi pemakainya dan kartu kredit ini ada batasan-batasan bagi penggunaanya dalam transaksi pembiayaan, hanya bisa melakukan transaksi pembelian jikan barang itu halal bagi umat muslim dan tidak bisa dipergunakan di Bar, Diskotik dan tempat Maksiat karna dari pusat master card sudah di blok tempat-tempat yang memang tempat itu tidak diperuntukkan bagi umat muslim melakukannya.

Kemudian yang kedua iB Hasanah Card tidak menggunakan bunga seperti konvensional tetapi di syariah disebut Margin ada *Monthly fee* yang dibayar nasabah 0,05% dari transaksi yang dipakainya dan ada *Annual Fee* yang dibayar setahun untuk biaya administrasi bank dalam menelvon dan memberikan iklan promo dan berbagai jenis keuntungan lainnya.

Dari data wawancara Bank BNI Syariah itu iB Hasanah Card diluncurkan pada sesudah spin off dari BNI Konvensional setelah tahun 2010 sedangkan jika diperoleh data dari website pada tahun 2009 silam.⁴⁸

Dalam menjaga kualitas layanan yang baik kepada nasabah Hasanah tetap memberikan promo dalam bentuk yang tidak konsumtif tetapi dalam bentuk promo hotel, travel, wisata halal dan paket liburan lainnya.

Kemudian dengan denda keterlambatan biaya yang diberikan kepada nasabah sebenarnya tetap ada tetapi tidak sebagai pendapatan Bank, tetapi hanya untuk mengganti biaya-biaya yang timbul dalam keterlambatan seperti telvon, internet, sms dan itu pun tidak besar dan Keunggulan dari Hasanah Card dilindungi dari DPS (Dewan Pengawas Syariah).

Dari hasil pengamatan dan observasi. Mulai dari produk dan strategi pemasaran kartu kredit tidak melanggar prinsip syariah.

⁴⁸ <https://www.cekaja.com>info>kartukredit>

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengambil kesimpulan dari penelitian yang dilakukan di BNI Syariah berkaitan dengan kartu kredit iB Hasanah Card BNI Syariah dalam melakukan strategi marketing pada kartu kredit Hasanah Card antara lain : 1). Open table 2). via telephone 3). database.

Adapun Kendala-kendala yang dihadapi antara lain :1). Kurangnya promosi dan pemasaran. 2). Kurangnya pemahaman SDM yang professional dalam Hasanah Card. 3). Kurangnya kerja sama dengan asosiasi. 4). Kurangnya kantor cabang.

Sementara Keunggulannya antara lain :1). Bisa dipakai di 30 outlet di seluruh dunia. 2). Bekerja sama dengan MasterCard. 3). Biaya bulanan lebih kecil.

B. SARAN

Beberapa saran yang dapat diajukan oleh peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk kemajuan perusahaan, yaitu :

- a. PT BNI Syariah perlu melakukan usaha mencari konsumen baru dan me-maintenance/menjaga konsumen lama Hasanah Card dengan menggunakan strategi promosi penjualan dalam bentuk diskon bisnis opportunity dengan paket diskon yang beraneka

ragam agar tidak kalah bersaing dengan bank konvensional hal tersebut akan menjadi nilai tambah tersendiri dalam membentuk loyalitas pelanggan lama dan menarik konsumen baru..

- b. Perusahaan diharapkan mampu menjaga pelanggan lama yang sudah ada dengan terus meningkatkan layanan jasa Hasanah Card baik dari segi teknologi, transparansi biaya, aspek kepuasan pelanggan, aspek kesyariahan produk-produk dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

AG Maburur-Komputa: *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 2012, search.UNIKOM.ac.id

Anoraga Panji, *Manajemen Bisnis*. Jakarta. PT Rineka Cipta,2004.

Asri Ashari Muhammad, 2017, *Pengaruh Promosi dan Kepuasan Nasabah Terhadap Peningkatan Pemasaran Kartu Kredit*, STIE AMKOP Makassar,

Azzubaidi Hadi Salmah, *Strategi Bersaing Divisi Bisnis Kartu Kredit Pada Pt Bank Bni Syariah*.JIMFE(jurnal ilmiah fakultas ekonomi. Jakarta; volume 2 No.1 tahun2016) Edisi1.

Bank Indonesia.,Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah, dalam <http://www.hukumonline.com> UU/21/08 perbankansyariah.pdf

Entaresmen R.Ajeng, 2016, *Strategi Terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah Card Di PT.Bank Negara Indonesia Syariah*, Fakultas Ekonomi Trisakti , Vol. 9 No.1 Jakarta.

[https:// www.bnisyariah.co.id](https://www.bnisyariah.co.id)

Husain Umar *Strategic Manajemen In Action*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,2001.

Hermansyah,*Hukum Perbankan Nasional Indonesia.*, Jakarta;PT.Kencana,2008.

Hadi *Journal of finance and Islamic Banking*. Jakarta; Vol.1 No.1 Januari-juni 2018.

<https://lingamartha.wordpress.com>

<https://www.bnisyariah.co.id>, ArticleID

https://lps.go.id.asset_publisher.content.com

<http://banking.blog.gunadarma.ac.id/2010/12/21/pengertian-bank-2/>

https://www.bi.go.id>UU_21_2008_syariah

<https://Ariesyantoso.wordpress.com>

Ismail, *Perbankan Syariah*, Prenada media Group, edisi Pertama, 2011,

Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Raja Grafindo 2000.

Koeson Dwiono Muhammad Abu Al-Jambi, *Ayo ke Bank Syariah*.
Jakarta; pustaka rayhan, 2016.

Khoirudin A, *Accounting Analisis Journal*, 2013, Journal.Unnes.ac.id

Kurniawan BA, 2017, eprints.perbanas.ac.id

MUI, Fatwa DSN-MUI tentang Syariah Card, www.mui.or.id.

Mustofa Azmi Ulul. *Syariah Card Prespektif Al-Maqasid Syariah*, Jakarta, vol.01, No.01, maret 2015
Mutia Nuraviva, 2011, *Analisis Strategi Pemasaran UKM Penghasil Produk Kerajinan Akar Wangi*, Skripsi pada Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB, Bogor.

Nugraha Rahmat, 2013, *Analisis Strategi Promosi Hasanah Card*, Skripsi pada Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor: Bogor.

R Yaya, AE Martawireja, A Abdurahim, 2014, repository.umy.ac.id

Robinson Pearce, *Manajemen Strategi Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta, Bina Rupa Aksara, 1997.

Sigit Triandaru, Budi Santoso Totok, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, 2007, Edisi ke-2, Salemba Empat: Jakarta.

Suyatno Thomas, et, al, , *Dasar-Dasar Perkreditan*. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama, 1991.

Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Alfabeta, 2008

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan r&d*, Bandung , Penerbit ALFABETA, 2017 Cet, Ke-26,

Syariffudin Amir, *Garis-garis Besar Fiqih*, bogor, Prenada Media, 2003,

TS Pratiwi, 2015, eprints.perbanas.ac.id

Wiroso, *Penghimpunan Dana Dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, PT. Gramedia Widiasarana, Jakarta, 2005

Yusuf Arifin Zainal: *perbandingan kartu kredit dan kartu kredit berbasis syariah*, Al-Iqtishad: Vol.III, No.2, Juli 2011



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : 29/F.6.I-UMJ/V/2019

Jakarta 8 Ramadhan 1440 H

Hal : Permohonan Riset/Penelitian

13 Mei 2019 M

Kepada Yth.
Kepala Bank Muamalat Cabang Pangkal Pinang
Jl. A. Yani Dalam Kel. Bukit Sari Kec. Gerunggang,
Bangka Belitung, Sumatra Selatan
di
tempat

Assalamu'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : CANDRA
Nomor Pokok : 2015577003
Tempat Tgl/Lahir : Jeriji, Bangka, 13 September 1995
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. HP : 081995678794

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

*"Analisis Pengelolaan Tabungan Haji di Bank Muamalat Cabang Pangkal Pinang,
Bangka Belitung, Sumatra Selatan"*

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

*Wabillahittaufiq walhidayah
Wassalamu'alaikum W. W.*



Tembusan:
1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Arsip

SURAT KETERANGAN RISET

No. Fms/01/1219/2019

Assalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh

PT.BNI Syariah Cabang Fatmawati yang berkedudukan di Jl. RS Fatmawati No. 30 C-D Cilandak Jakarta Selatan, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rahmat Febrianto Munandar
NIM : 201557008
Perguruan : Universitas Muhammadiyah Jakarta
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah

Telah Melaksanakan Penelitian di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati terhitung sejak tanggal 27 Maret 2019 s.d 02 April 2019 dengan Judul "***Strategi Marketing Kartu Kredit (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta)***" pada Bank BNI Syariah Fatmawati.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Wassalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh

Jakarta, 10 Mei 2019

PT BNI Syariah Cabang Fatmawati



Nani Budi Rahayu

Operational Manager



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telp. (021) 7441887, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RAHMAT FEBRIANTO MUNANDAR
No. Pokok : 2015570008
Judul Skripsi : *Straetgi Marketing Kartu Kredit pada BNI Syariah.*

Pembimbing : Bapak Hamli Syaifullah, M.Si.
Tgl. Berakhir : 11 Februari s.d. 11 Agustus 2019

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1.	10-2-19	Revisi bab 1-3	Sesuaikan sistematika penulisan dengan Buku panduan	
2	27-2-19	Revisi bab 1-3	terakhir sesuai. Jaso dipendekkan	
3.	4/3/19	ACC Bab 1-3	melakukan prosedur lapangan	
4	20/3/19	Bab 1-P	Revisi sesuai format	
5	5/4/19	Bab akhir	Revisi sesuai arahan	
6	10/4/19			
7	12/4/19	ACC	hasil disidangkan, dan revisi sedikit sesuai arahan	



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : 20 / F.6-UMJ/II/2019

Jakarta, 6 Jumadil Akhir 1440 H

Lamp : 1 (satu) bundel

11 Februari 2019 M

Hal : *Bimbingan Skripsi Mahasiswa*

Yth.

Bapak Hamli Syaifullah, M.Si.

Dosen Pembimbing Skripsi

Fakultas Agama Islam UMJ

di

tempat

Assalamu'alaikum W.W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi bagi mahasiswa :

Nama : RAHMAT FEBRIANTO MUNANDAR
Nomor Pokok : 2015570008
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul : *Straetgi Marketing Kartu Kredit pada BNI Syariah.*

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wabillahittaufiq Walhidayah
Wassalamu'alaikum W.W.



Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Yth. Ketua Program Studi MPS
3. Arsip



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan

Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>

E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : 9/F.6.I-UMJ/III/2019

Jakarta 29 Jumadits Tsani 1440 H

Hal : Permohonan Riset/Penelitian

6 Februari 2019 M

Kepada Yth.
Kepala BNI Syariah
Jl. Fatmawati Rt.1/5, Cilandak Barat, Jakarta Selatan
di
tempat

Assalamu 'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : RAHMAT PEBRIANTO MUNANDAR
Nomor Pokok : 2015570008
Tempat Tgl/Lahir : Cilacap, 26 Februari 1996
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. Handphone : 081382481398

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

"Strategi Marketing Kartu Kredit di BNI Syariah, Jakarta Selatan"

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

Wabillahittaufiq walhidayah
Wassalamu 'alaikum W. W.



Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Arsip

DATA PERTANYAAN WAWANCARA

1. Bagaimana BNI Syariah dalam melakukan strategi pada kartu kredit?
2. Dalam marketing dan mempromosikan kartu kredit BNI Syariah apa yang menjadi penghambat dan pendukung dalam melakukannya?
3. Apakah ada persaingan dalam melakukan marketing kartu kredit antara bank lain?
4. Dengan apa sajakah Bank BNI Syariah dalam melakukan promosi kartu kredit ini dengan via teleponkah, iklan atau dengan via tertentu? Promosi yang paling baik?
5. Sejak kapan diluncurkannya kartu kredit di bank BNI Syariah?
6. Adakah kerja sama dengan pihak lain dalam melakukan strategi marketing ini?
7. Bagaimana Bank BNI Syariah dalam menjaga kualitas layanan kartu kredit yang baik pada nasabah?
8. Bagaimana Bank BNI syariah menerapkan Marketing Mix, promosi, produk price dan place dalam marketing kartu kredit ini
9. Bagaimana terhadap denda keterlambatan biaya? Ta'widh dan Ta'zir? Dan berapa Keterlambatan Persentase?
10. Apa saja layanan kemudahan yang unggul diberikan Bank BNI Syariah dalam marketing kartu kredit syariah kepada nasabahnya?

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Rachmat Pebrianto Munandar
Tempat Tanggal Lahir : Cilacap, 26 Februari 1996
Umur : 23 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : JL.Teluk Gong Raya No.31 apotik Jakarta Utara
No Telp : 081382481398
Alamat E-mail : rahmatfebriantomunandar@gmail.com
Riwayat Pendidikan : 1. SDN 09 Pejagalan Pagi(2007)
2. SMP N 112 Jakarta Utara(2009)
3. Gontor 1 Darussalam Al-iman Ponorogo(2013)