

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK iB HASANAH CARD  
DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF**

**(Studi Pada PT BNI Syari'ah Kantor Cabang Tanjung Karang)**



**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna  
Mendapat Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Oleh:**

**Allen FatmaSyanturi  
NPM. 1351020199**

**Jurusan : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTANLAMPUNG**

**1439/2017**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK iB HASANAH CARD  
DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF**

**(Studi pada PT BNI Syari'ah Kantor Cabang Bandar Lampung)**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna  
Mendapat Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh:**

**Allen FatmaSyanturi  
NPM : 1351020199**

**Jurusan : Perbankan Syariah**

Pembimbing I : Dr. Asriani, SH., MH

Pembimbing II : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI RADEN INTAN**

**LAMPUNG**

**1439 H/2018M**

## ABSTRAK

Pada beberapa tahun terakhir ini perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang positif setiap tahunnya. Dengan situasi seperti ini bank konvensional akan menghadapi persaingan baru dengan hadirnya bank syariah. Seperti salah satunya persaingan dalam produk kartu kredit. Pada saat ini tidak hanya bank konvensional saja yang mempunyai kartu kredit, tetapi bank syariah juga meluncurkan produk yang sama iB Hasanah Card merupakan jenis banking card sebagai produk dari BNI Syariah.

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pemasaran produk iB Hasanah Card yang diterapkan BNI Syariah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan bagaimana pandangan Islam terhadap strategi pemasaran produk iB Hasanah card dalam meningkatkan keunggulan kompetitif yang diterapkan BNI Syariah. Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi produk iB Hasanah Card dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan bagaimana pandangan Islam terhadap strategi pemasaran produk iB Hasanah card dalam meningkatkan keunggulan kompetitif yang diterapkan BNI Syariah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan menggunakan data primer dan sekunder, selain itu metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran produk iB Hasanah card yang dilakuakn di BNI Syariah KC. Tanjung Karang menggunakan strategi-strategi yang terdiri dari komponen bauran pemasaran yaitu produk, harga tempat, dan promosi. Strategi pemasaran produk iB Hasanah card dengan menunjukkan adanya keunggulan yaitu tidak menggunakan sistem bunga, denda, serta adanya *case rebate*. Sementara strategi promosi yang dilakukan adalah meluruskan niat, jemput bola, pelayanan yang baik, memperluas kerja sama dan periklanan seperti penyebaran brosur.