

**STRATEGI *BUNDLING* PRODUK *HASANAH CARD* PADA
NASABAH PRIORITAS BNI SYARIAH KANTOR CABANG
KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh

ELOK NUR HAYATI

NIM : 15540026

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

**STRATEGI *BUNDLING* PRODUK *HASANAH CARD* PADA
NASABAH PRIORITAS BNI SYARIAH KANTOR CABANG
KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh
ELOK NUR HAYATI

NIM : 15540026

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI *BUNDLING* PRODUK *HASANAH CARD* PADA
NASABAH PRIORITAS BNI SYARIAH KANTOR CABANG
KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh

ELOK NUR HAYATI

NIM: 15540026

Telah disetujui pada tanggal 15 Mei 2019

Dosen Pembimbing,

Khusnudin, S.Pi., M.Ei

NIP. 19700617 20160801 1 052

Mengetahui:

Ketua Jurusan,

Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D

NIP. 19751109 1999903 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI *BUNDLING* PRODUK *HASANAH CARD* PADA NASABAH PRIORITAS BNI SYARIAH KANTOR CABANG KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh
ELOK NUR HAYATI
NIM: 15540026

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1. Ketua

Rini Safitri, M.M :

NIDT. 19930328 20180201 2 193

2. Dosen Pembimbing/Sekretaris

Khusnudin, S.Pi., M.Ei :

NIP. 19700617 20160801 1 052

3. Penguji Utama

Yayuk Sri Rahayu, S.E., M.M :

NIP. 19770826 200801 2 011

Mengetahui:

Ketua Jurusan,

Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D
NIP. 1975110919999031003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elok Nur Hayati
Nim : 15540026
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah (S1)

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi kelulusan pada Jurusan Perbankan Stariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

STRATEGI *BUNDLING* PRODUK *HASANAH CARD* PADA NASABAH PRIORITAS BNI SYARIAH KANTOR CABANG KOTA MALANG

Adalah hasil karya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing maupun pihak Fakultas Ekonomi, tetapi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang, 2019

Hormat Saya,

Elok Nur Hayati

NIM : 15540026

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini kupersembahkan kepada:

Ayahanda dan Ibunda tercinta:

M. Nur Fuad dan Machmudatul Lailah

Saudara Perempuan tercinta:

Ayskaa Sukma Dwi Agustin

Keluarga:

Masyrifah, Mudhowafah (Almh), dan seluruh anggota keluarga lainnya

My Best Life:

Abdul, Eka, Isma, Widya

Teman Seperjuangan:

M. Syahrul dan Sri Ardiastuti

My Best Kos Pelangi:

Any Kurniawati, Firda Azkiya, Refila Aulina, Ibu Siti Mudrikah, dll.

Serta seluruh keluarga besar Perbankan Syariah terutama angkatan ke 3
Perbankan Syariah tercinta

HALAMAN MOTTO

Bangunlah dari tidurmu raihlah mimpimu

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya

(QS. Al Baqarah: 286)

Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman

(QS. Al Imran: 139)



KATA PEGANTAR

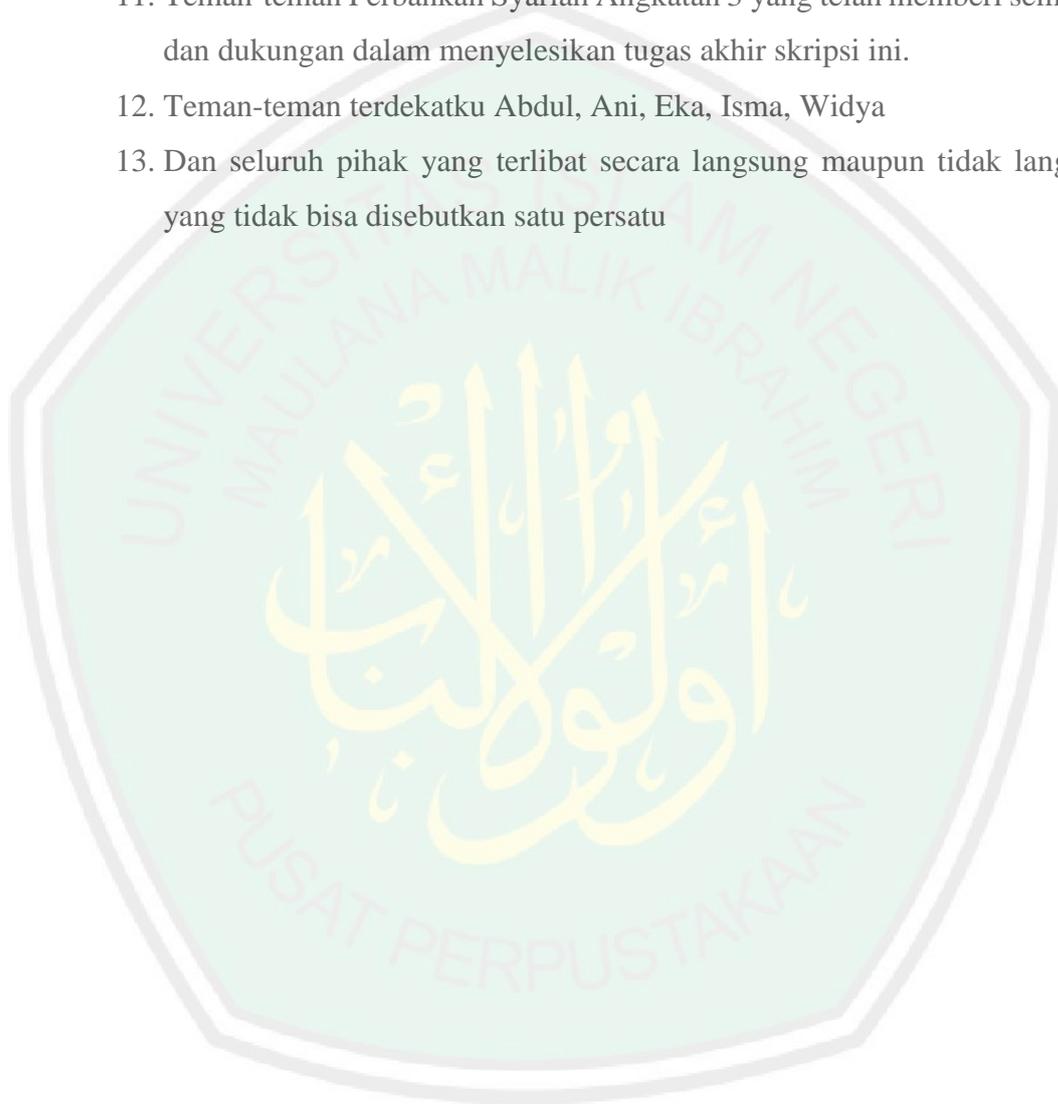
Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah –Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Strategi Bundling Produk Hasanah Card pada Nasabah Prioritas BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang”.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H Nur Asnawi, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Eko Suprayitno, SE., M. Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Khusnudin, S.Pi., M.Ei selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan pengarahan dan saran kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, yang turut membantu kelancaran penelitian ini.
6. Kepada Pimpinan BNI Syariah KC Malang yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian.
7. Ibu Dahlia Hanum selaku Sales Head BNI Syariah KC Malang yang membantu pada saat proses wawancara.
8. Ibu Rika Indah selaku Direct Sales BNI Syariah KC Malang yang membantu pada saat proses wawancara.

9. Ibu Lailatus Saidah selaku Funding Sales BNI Syariah KC Malang yang membantu pada saat proses wawancara.
10. Ayah, Ibu, Nenek dan Adik serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan secara moril dan spiritual.
11. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 3 yang telah memberi semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
12. Teman-teman terdekatku Abdul, Ani, Eka, Isma, Widya
13. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PEGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK (Indonesia)	xiv
ABSTRAK (Inggris)	xiv
ABSTRAK (Arab).....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Pemasaran dan Strategi Pemasaran	19
2.2.2 Jasa	20
2.2.3 Bundling Product	21
2.2.4 Nilai Berlangganan.....	23

2.2.5 Minat Beli	23
2.2.6 Nasabah Prioritas	24
2.2.7 Hasanah Card	26
2.3 Kerangka Berfikir.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Lokasi Penelitian.....	30
3.3 Subjek Penelitian.....	31
3.4 Data dan Jenis Data.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Analisis Data	35
3.7 Analisis Keabsahan Data	36
BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN 39	
4.1 Paparan Data	39
4.1.1 Profil dan Sejarah PT BRI Syariah	39
4.1.1.1 Sejarah PT BNI Syariah	39
4.1.1.2 Visi dan Misi PT BRI Syariah	40
4.1.1.3 Logo PT BNI Syariah	41
4.1.2 Struktur Organisasi PT BRI Syariah	42
4.1.3 Ruang Lingkup PT BNI Syariah KC Malang	43
4.1.3.1 Produk PT BNI Syariah KC Malang.....	43
4.1.4 Deskripsi Informan.....	52
4.1.5 Strategi Bundling Produk Hasanah Card pada Nasabah Prioritas	53
4.1.5.1 Hasanah Card	53
4.1.5.2 Proses Strategi Bundling Product di BNI Syaraiah.....	54
4.1.5.3 Nasabah Prioritas	56
4.1.5.4 Hasanah Card Bundling Produk Pada Nasabah Prioritas.....	58
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	64

4.2.1 Hasanah Card	64
4.2.2 Proses Strategi Bundling Produk	69
4.2.3 Nasabah Prioritas	72
4.2.4 Strategi Bundling Produk Hasanah Card pada Nasabah Prioritas	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Bank yang Mengeluarkan Kart Kredit.....	3
Tabel 1.2 Alat Pembayaran Menggunakan Kartu	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Daftar Bank yang Mengeluarkan Kart Kredit.....	30
Tabel 3.2 Daftar Informan Bankir.....	31
Tabel 3.3 Daftar Informan Nasabah	32
Tabel 3.4 Daftar Informan.....	34
Tabel 4.1 Deskripsi Data Informan Bankir	53
Tabel 4.2 Deskripsi Data Informan Nasabah	53
Tabel 4.3 Reduksi Data dengan Teknik Triangulasi Sumber	61
Tabel 4.4 Perbedaan Penerapan Strategi <i>Bundling</i> Produk.....	76
Tabel 4.5 Triangulasi Teori.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 4.1 Logo PT. BNI Syariah.....	41
Gambar 4.2 Struktur Organisasi BNI Syariah KC Malang.....	42
Gambar 4.3 Data Perjalanan <i>Hasanah Card</i> BNI Syariah.....	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Hasil Wawancara

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai Penelitian

Lampiran 6 Fatwa DSN-MUI

Lampiran 7 Bukti Konsultasi

Lampiran 8 Surat Pernyataan Bebas Plagiarisme



ABSTRAK

Elok Nur Hayati. 2019, SKRIPSI. Judul: “Strategi *Bundling* Produk *Hasanah Card* pada Nasabah Prioritas BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang”

Pembimbing : Khusnudin, S.Pi., M.Ei

Kata Kunci : *bundling product, hasanah card, BNI Syariah*

Saat ini, ketersediaan pilihan produk perbankan syariah semakin banyak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal tersebut sekaligus mengindikasikan ketatnya persaingan antar bank syariah dalam mengeluarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sekaligus sesuai dengan syariat Islam. Salah satu contoh produk tersebut adalah kartu kredit syariah (Syariah card). Dalam pemasaran produk tersebut, perusahaan perbankan menerapkan strategi pemasaran secara *bundling* agar menarik minat nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi *Bundling Product* produk kartu pembiayaan (*Hasanah Card*) Nasabah Prioritas Bank BNI Syariah di Kota Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Data primer diperoleh melalui teknik wawancara yang dilakukan secara langsung dengan subjek penelitian, yakni *marketing* produk *Hasanah Card* yang berjumlah 6 orang. Data penelitian selanjutnya dideskripsikan dan dilakukan pengkajian secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank BNI Syariah memilih *membundle Hasanah card* dengan produk tabungan prima, produk pembiayaan KPR, dan produk Flexi Umroh. Pertimbangan atas ketiga keputusan bundling produk tersebut adalah untuk mempermudah konsumen dalam pemenuhan syarat untuk pengajuan *hasanah card*, mempermudah pembelian secara *bundle* secara individual, mendukung kemudahan melakukan pembiayaan/cicilan, serta mempermudah nasabah dalam mencapai keinginannya menjalankan ibadah di tanah suci. Penerapan strategi *bundling* di Bank BNI Syariah sejalan dengan teori Stremersch dan Tellis, di mana strategi bundling adalah penjualan produk atau jasa lebih dari satu produk bersamaan. Selain itu, penerapan juga sesuai dengan fatwa DSN No. 54/DSN/MUI/X/2006 tentang dibolehkannya adanya Syariah card ini untuk mempermudah transaksi dengan berbasis Syariah.

ABSTRACT

Elok Nur Hayati. 2019, *THESIS*. Title: “Marketing Strategy Of Hasanah Card Bundling (Study On The Customer Of Bni Syariah Branch Malang)”

Advisor : Khusnudin, S.Pi., M.Ei

Keywords : Bundling products, Hasanah Card, BNI Syariah

Nowadays, there are plenty choices of Islamic banking products available for the customers. At the same time, this demonstrates the strict competition between Islamic banks in issuing products in accordance with the consumer needs, as well as with Islamic law. One of the most common products is the Islamic credit card (Syariah card). In terms of marketing, banking companies are implementing bundling strategies in order to attract customers.

This study aimed to investigate the implementation of the marketing strategy of Hasanah Card bundling in the Bank of BNI Syariah branch Malang City. The research method implemented was descriptive qualitative. Primary data was obtained by using interview techniques that are conducted directly with the subject of research, namely the marketing of Hasanah Card products. The total of respondent was 6 people. Research data was then described and analyzed qualitatively.

The results demonstrated that Bank BNI Syariah chose to bundle Hasanah cards with prime savings products, mortgage financing, and Flexi Umrah. Consideration of the three product bundling decisions is to facilitate consumers in fulfilling the requirements for hasanah card submission, facilitate individual bundle purchases, support the ease of financing/installments, and facilitate customers in achieving their will to go to Mecca for praying Umrah. The implementation of the bundling strategy at the Bank of BNI Syariah is in line with Stremersch and Tellis theory where the bundling strategy is the marketing of products or services of more than one product altogether. In addition, the implementation is also in accordance with DSN regulation No. 54/DSN/MUI/X/2006 concerning the permit for Sharia card to facilitate Sharia-based transactions.

المستخلص

إيلوك نور حياتي. 2019. العنوان: "إستراتيجية تجميع الإنتاج لبطاقة التمويل (بطاقة حسنة) في العميل المفضل بالبنك BNI شريعة فرع مدينة مالانج"

المشرف: حسن الدين، الماجستير

الكلمات الأساسية: تجميع الإنتاج، بطاقة حسنة، BNI شريعة

في يومنا الحالي، ينمو عدد توفر الإنتاج من المصارف الشرعية لاستيفاء احتياجات الإنسان. وهذا يدل على أن هناك المنافسة القوية بين البنوك الشرعية في إنتاج المنتجات الموافقة باحتياجات المستهلكين وفقا بشريعة الإسلام. ومن إحدى الإنتاجات المذكورة هي بطاقة الائتمان (بطاقة شرعية). ففي تسويق هذا المنتج، تطبق شركة البنك إستراتيجية تجميع الإنتاج لطلب رغبة العملاء. يهدف هذا البحث إلى معرفة تطبيق إستراتيجية تجميع الإنتاج لبطاقة التمويل (بطاقة حسنة) في العميل المفضل بالبنك BNI شريعة فرع مدينة مالانج. ومنهج البحث المستخدم هو البحث الكيفي الوصفي. وطريقة جمع البيانات الأساسية هي المقابلة المباشرة مع مجتمع البحث، وهو مسوق نتاج بطاقة حسنة بعدد 6 أشخاص. وبالتالي، يتم تحليل البيانات ووصفها بشكل كيفي. فنتائج البحث تدل على أن البنك BNI شريعة يختار تجميع الإنتاج لبطاقة حسنة بمدخرات برهما، نتاج تمويل ائتمان ملك البيوت، ونتاج فليكسي عمرة. وأما المعيار من تقرير تجميع الإنتاج الثلاثة لتسهيل المستهلكين في استيفاء الشروط في تقديم بطاقة حسنة، تسهيل الشراء بشكل جماعي أو فردي، ودعم سهولة التمويل، تسهيل العملاء للوصول إلى منشودهم للذهاب إلى الحرام. وتطبيق إستراتيجية تجميع الإنتاج بالبنك BNI شريعة يناسب بنظرية ستريميرش وتليس، حيث كانت تمويل النتاج أو الخدمة أكثر من نتاج واحد معا. وبالتالي، هذا التطبيق يطابق ب الفتوى من مجلس الشريعة الوطنية رقم 2006/X/MUI/DSN/54 عن جواز بطلقة شريعة لتسهيل العقد الشرعي.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya perekonomian islam, semakin beragam pula produk-produk yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan syariat islam. Dengan beragamnya produk-produk yang dibutuhkan oleh masyarakat saat ini perusahaan-perusahaan berlomba-lomba mengeluarkan produk-produk yang sesuai dengan ketentuan syariat islam dalam berbagai bidang antara kebutuhan pokok maupun kebutuhan tambahan. Seperti kepariwisataan kini hadir dengan produk baru pariwisata halal, bidang sandang dan pangan muncul berbagai produk yang mendahulukan syariat islam baju syari, makanan dimana menjaga kehalalan di nomor satukan. Selain semua itu bidang finansial juga ikut serta berlomba-lomba mengeluarkan produk-produk yang sesuai dengan syariat islam seperti asuransi syariah, penggadaian syariah, koperasi syariah, bahkan perbankan pun serta ikut berkembangnya dalam aspek perbankan syariah.

Perbankan syariah telah lahir pada tahun 1991 yaitu diawali dengan Bank Muamalat namun pada masa itu perbankan syariah belum dilirik oleh masyarakat luas dan hanya memiliki produk simpan pinjam saja. Setelah era krisis moneter perbankan syariah semakin dilirik dan tahun ke tahun berikutnya mulai muncullah perbankan syariah sampai saat ini semakin berkembang. Dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah merupakan bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya

terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Bank syariah adalah juga suatu lembaga intermediasi (*intermediary institution*) seperti halnya bank konvensional (UU No. 21 tahun 2008). Bedanya hanyalah bahwa bank syariah melakukan kegiatan usahanya tidak berdasarkan bunga (*interest free*) tetapi berdasarkan prinsip syariah islam, yaitu prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing*). Jadi bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai penghimpun dana dan penyalur dana dari pihak yang berlebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan syariat islam. Selain itu bank syariah dalam pelaksanaannya menggunakan sistem operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakjelasan (*gharar*). Operasi bank syariah pada saat ini sudah luas tidak hanya simpan pinjam saja melainkan juga menawarkan produk-produk seperti yang ada di bank-bank konvensional seperti kartu kredit.

Seperti dalam trending topik akhir-akhir ini tentang munculnya kartu kredit syariah memiliki nama lain kartu pembiayaan. Pada saat ini banyak yang bertanya-tanya tentang hal ini sehingga menjadi trending kartu kredit syariah vs kartu kredit konvensional bagaimana awal mula dan perbedaannya. Yang bermula dari perkembangan perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah (LKS) yang tak lagi asing ditelinga masyarakat. Sehingga masyarakat memiliki alternatif produk syariah dari produk yang dimiliki bank konvensional. Semakin inovatif nya produk tak hanya produk-produk umumnya pada bank seperti kpr syariah, reksa dana syariah, adapula kartu kredit syariah yang biasa disebut kartu pembiayaan (“kartu kredit syariah vs kartu kredit konvensional”, 2017).

Namun kartu pembiayaan ini mulai ada setelah ada turunnya fatwa tentang kartu kredit syariah atau *syariah card* oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada akhir Oktober 2006 lalu. Dimana dalam fatwa ini *syariah card* merupakan kartu yang memiliki fungsi seperti kartu kredit yang memiliki hubungan hukum (berdasarkan sistem yang sudah ada) antara para pihak berdasarkan prinsip syariah. Selah ini dimulailah bank syariah menerbitkannya diantaranya BNI Syariah dan CIMB Niaga. Berikut daftar tabel penerbit kartu kredit konvensional dan syariah saat ini (cermati.com, 2019).

Tabel 1.1
Daftar Bank yang Mengeluarkan Kartu Kredit

No	Nama Penerbit	No	Nama Penerbit
1	Bank Bukopin	14	Bank Permata
2	Bank Central Asia	15	Bank QNB Indonesia
3	Bank CIMB Niaga	16	Bank Rakyat Indonesia (Persero)
4	Bank Danamon Indonesia	17	Bank Sinarmas
5	Bank DBS Indonesia	18	Bank UOB Indonesia
6	Bank HSBC Indonesia	19	BNI Syariah
7	Bank MNC Internasional	20	Citibank
8	Bank ICBC Indonesia	21	PAN Indonesia Bank
9	Bank Mandiri (Persero)	22	STANDARD CHARTERED BANK
10	Bank Maybank Indonesia	23	Bank Mayapada
11	Bank Mega	24	PT. AEON Credit Services
12	Bank Negara Indonesia 1946	25	PT. Shinhan Indo Finance
13	Bank OCBC NISP		

Sumber : www.bi.go.id, 2019

Dibuktikan dalam tabel 1.1 bahwa bank syariah kini juga menawarkan atau ikut serta menerbitkan kartu kredit sama dengan bank konvensional namun dalam bank syariah istilah kartu kredit biasanya disebut dengan kartu pembiayaan. Dimana dijelaskan dalam tabel 1.1 BNI Syariah kini lah satu-satunya bank syariah yang menerbitkan kartu pembiayaan yang terdaftar di Bank Indonesia yang biasanya di bank konvensional disebut kartu kredit. Jika dilihat dari 25 bank yang terdaftar di tabel 1.1 persaingan yang akan dialami oleh Bank BNI Syariah ini sangat ketat karena 1 bank syariah melawan 24 bank konvensional dengan kelebihan-kelebihan dan penawaran-penawaran dari pihak masing-masing bank. Sehingga disini peneliti memiliki melakukan penelitian ini di BNI Syariah dimana bank tersebut memiliki produk bisa dibidang inovasi baru dari kartu kredit yaitu kartu kredit Syariah satu-satunya yang terdaftar di Bank Indonesia saat ini.

Persaingan merupakan suatu keadaan yang sangat erat dengan karakteristik manusia, dimana manusia yang memiliki sifat untuk saling mengguguli satu sama lain dalam kehidupannya. Apalagi dalam dunia bisnis manusia akan berlomba-lomba demi mencapai tujuannya seperti meraih pangsa pasar, konsumen, dan sumber daya yang diinginkan dalam tujuannya (Kuncoro, 2005:86). Dimana salah satu bidang yang memiliki peran penting dalam kehidupan manusia dan tidak mungkin luput dari persaingan merupakan kegiatan dalam bidang bisnis dan ekonomi. Dalam melakukan persaingan di dunia bisnis dan ekonomi ini yang memiliki peran penting demi berlangsungnya bisnis merupakan pemasaran dan strategi pemasaran yang jitu. Apalagi dalam persaingan yang ketat antara produk kartu pembiayaan yang dimiliki bank Syariah dengan produk yang dimiliki oleh

bank-bank konvensional yang ada pada table 1.1 diatas dimana pasar yang semakin meningkat. Berikut table perkembangan pasar kartu kredit di Indonesia.

Tabel 1.2
Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) yang Beredar pada tahun 2018

Periode	Tahun 2018		
	Januari	Februari	Maret
Kartu Kredit	17.400.189	17.438.938	17.396.248
Kartu ATM	8.942.236	8.978.019	9.259.043
Kartu ATM+Debet	158.382.554	161.055.020	163.488.079

Periode	Tahun 2018		
	April	Mei	Juni
Kartu Kredit	17.418.527	17.268.459	17.249.578
Kartu ATM	9.288.400	9.138.117	9.237.436
Kartu ATM+Debet	165.932.735	170.998.258	155.919.023

Periode	Tahun 2018		
	Juli	Agustus	September
Kartu Kredit	17.270.960	17.280.602	17.224.684
Kartu ATM	9.234.984	8.899.095	8.838.414
Kartu ATM+Debet	158.277.746	152.623.900	154.587.238

Periode	Tahun 2018		
	Oktober	November	Desember
Kartu Kredit	17.262.472	17.241.722	17.275.128

Kartu ATM	9.025.373	8.703.020	8.847.011
Kartu ATM+Debet	151.189.656	150.692.230	152.482.094

Sumber : www.bi.go.id (data diolah, 2019)

Sedangkan dalam tabel 1.2 dapat dilihat sepanjang tahun 2018 transaksi yang dilakukan dengan penggunaan kartu kredit semakin banyak. Sehingga dapat menunjukkan bahwa penggunaan kartu kredit dimasyarakat cukup besar. Walau pada tabel 1.2 adalah data keseluruhan kartu kredit Di Indonesia namun dapat menggambarkan dengan banyaknya transaksi ini pasti juga ada penggunaan yang meningkat. Sehingga dapat menjadi peluang bisnis bagi Bank Syariah dengan produk sejenisnya masuk di pasar masyarakat. Untuk dapat melawan persaingan di pasar produk ini harus memiliki keunikan dan strategi yang berbeda dari bank-bank konvensional lainnya.

Strategi pemasaran merupakan pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan suatu pemasaran yang dilakukan oleh suatu bisnis yang berisi spesifikasi strategi untuk sasaran pasar, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan pengeluaran pemasaran (Kotler, 2004:81). Dapat disimpulkan dari teori tersebut bahwa strategi pemasaran merupakan usaha dasar yang dapat dilakukan dalam kegiatan bisnis untuk memasarkan produk-produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sedangkan dalam strategi pemasaran terdapat berbagai macam formula yang bisa digunakan. Namun dari berbagai macam formula strategi pemasaran ini dapat di gunakan sesuai dengan apa yang di butuhkan dalam artian harus memperhatikan banyak penyesuaian sesuatu dengan kondisi faktual. Dalam perkembangannya bauran pemasaran dalam teks memang sebagai strategi pemasaran yang banyak digunakan dan dikategorikan sebagai level strategis.

Seiring dengan perkembangannya cenderung yang dikembangkan saat ini yaitu formula strategi pemasaran yang mengarah terhadap rangsangan dalam artian kondisi internal dan eksternal yang di hadapi. Paham ini dapat disimpulkan dari tulisan Kotler bersama Hermawan Kertajaya “*Repositioning Asia: from Bubble to Sustainable*”(Kertajaya, 2002:59).

Strategi *Bundling Product* merupakan salah satu alternatif yang populer dalam strategi pemasaran (Johnson et al, 1999:129). Sedangkan teori strategi *Bundling Product* termasuk turunan dari teori strategi produk ataupun harga. Untuk definisi *Bundling Product* pun beragam variasinya diantaranya *Bundling Product* merupakan menjual barang dalam paket (Adams dan Yellen, 1976:475). *Bundling Product* merupakan praktik yang dilakukan dalam pemasaran dua atau lebih produk atau jasa dalam satu paket dengan harga khusus (Guitinan, 1987:74). Dari kesimpulan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi *Bundling Product* merupakan tindakan dasar yang diambil dalam kegiatan pemasaran dengan menawarkan beberapa produk maupun jasa secara bersamaan.

Sedangkan tujuan dari implementasi strategi ini pun beragam variasinya diantaranya. Tujuan implementasi *Bundling Product* dalam perusahaan non profit ini tidak semata mengejar profit dalam tujuannya namun untuk memaksimalkan pemakaian suatu subjek agar tidak defisit (Ansari dkk, 1996:86). Sedangkan tujuan lainnya dalam perusahaan yang mengutamakan profit *Bundling Product* ini dapat dilakukan dengan bertujuan memperpendek waktu dalam mengeksploitasi potensial profit dan memaksimalkan profit dalam perusahaan (multi produk) dengan lingkup yang juga relatif sempit (Simon dan Fassnacht, 1993:403).

Kesimpulan dari diatas peneliti tertarik untuk mengambil focus penelitian tentang strategi *Bundling Product* yang diterapkan BNI Syariah produk *Hasanah Card* pada Nasabah Priorita/Nasabah Prima dengan alasan bahwa strategi *Bundling Product* termasuk strategi yang menguntungkan dan lebih efisien dalam mengejar keuntungan atau profit maupun meminimalisir defisit produk dalam pemakaiannya. Dan juga dikarenakan dalam perbankan syariah ini tidak untuk kehidupan konsumtif sehingga tidak dapat memberikan promo-promo diskon di berbagai merchen seperti yang dilakukan dalam pemasaran kartu kredit konvensional yang menjunjung tinggi promo discount besar-besaran sehingga strategi yang lebih tepat digunakan adalah strategi *bundling product*. Keuntungan *Hasanah Card* di *Bundling Product* dengan Nasabah Priorita/Nasabah Prima karena Nasabah Priorita/Nasabah Prima dapat memberikan keuntungan kepada pemakaian *Hasanah Card* dalam meminimalisir defisit pemakaian subjek. Selain itu dengan ketentuan-ketentuan yang bisa disebut atau masuk dalam kategori Nasabah Priorita/Nasabah Prima dapat membantu mempermudah memenuhi kelayakan sebagai pengguna *Hasanah Card*. Dan *Hasanah Card* dapat bersaing dengan kartu jenis lainnya yang diterbitkan oleh bank konvensional dengan kelebihan-kelebihan yang menempel pada *hasanah card* yaitu transaksi yang dijaga kesyariahnya sehingga nasabah tidak perlu khawatir dengan transaksi yang tidak dianjurkan oleh agama. Dengan judul penelitian “Strategi *Bundling Product* Produk Kartu Pembiayaan (*Hasanah Card*) Pada Nasabah Prioritas BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah peneliti melihat permasalahan yang ada, maka peneliti memutuskan yang akan menjadi pokok perumusan masalah adalah : bagaimana penerapan *strategi bundling* produk *hasanah card* pada nasabah prioritas BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini peneliti tentang strategi *bundling* produk *hasanah card* pada nasabah prioritas adalah: Untuk mengetahui penerapan strategi *Bundling Product* produk kartu pembiayaan (*Hasanah Card*) Nasabah Prioritas Bank BNI Syariah Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik untuk sesama pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini maupun dari pihak luar yang bersangkutan dalam dengan penelitian ini, baik secara praktis maupun teori.

1) Bagi Penulis atau peneliti

Sarana perkembangan pengetahuan peneliti dalam mengetahui strategi dalam melakukan penjualan jasa berupa produk kartu pembiayaan. Terlebih lagi jika hasil dari penelitian ini dapat berperan untuk meningkatkan penjualan produk-produk perbankan Syariah dalam bersaing dengan sesama perbankan Syariah maupun perbankan konvensional.

2) Bagi universitas sebagai Lembaga akademis

Hasil penelitian ini dapat memberi sumbangan pemikiran bagaimana penerapan strategi bundling pada produk perbankan Syariah.

3) Bagi masyarakat atau pembaca

Penelitian ini dapat meberikan informasi dan gambaran strategi yang dapat diambil untuk dipraktikkan dalam proses pemasaran khususnya dalam peningkatan penjualan produk Lembaga Keuangan Syariah (LKS)

4) Bagi Lembaga terkait

Penelitian ini dapat meberikan informasi baru tentang penerapan strategi yang dapat direkomendasikan dalam praktik kerja pada Lembaga terkait.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada berbagai penelitian terdahulu yang terkait dengan *strategi bundling* yang telah dilakukan. Dengan tujuan peneliti dapat membandingkan penelitian yang sedang dilakukan saat ini. Dari beberapa penelitian terdahulu ada perbedaan tentang objek, maupun fokus penelitian atau dengan variabel tambahan yang digunakan yang diteliti sehingga adanya perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini.

Penelitian pertama Putri, Anggi Anugrah., Wibowo, Sampurno. (2017) dimana hasil dalam penelitian ini bahwa respon konsumen *Bee Outbound* termasuk dalam kategori setuju. Uji regresi sederhana diperoleh $Y = 4,276 + 0,218X$ berarti setiap kenaikan satu skala *bundling product* akan meningkatkan minat konsumen sebesar 0,218 kali atau 21,8%. Adapun pengaruh strategi *bundling product* terhadap minat beli adalah sebesar 22% selebihnya 78% (100%-22%) dipengaruhi oleh komunikasi pemasaran, bauran promosi lainnya, kualitas layanan yang sekiranya dapat mempengaruhi minat beli.

Penelitian kedua Moeniri, Ardhan Izzanul. (2017) dari hasil penelitiannya *rebranding* dan *bundling* produk memiliki pengaruh dalam peningkatan minat berlangganan masyarakat kepada indihome dengan kemudahan logo, warna, dan *brand* yang mudah diingat.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang saat ini sedang dilakukan yaitu dengan objek penelitian tidak hanya dari *bundling* produk melainkan juga *rebranding*.

Penelitian ketiga Franco, E. J., Santors, M. C., Suyon, D. E., Cruz, D. E. (2017) hasil penelitian ini menyatakan peningkatan tingkat harga pesanan yang dipengaruhi dari komponen *bundling* dan memiliki hasil signifikansi terhadap jumlah *bundle* murni.

Penelitian keempat Xinyu, GE., YU, Qian., Hua, Yuan. (2017) menyatakan bahwa karakteristik yang dimiliki dalam *bundling* dapat memberikan efek kepada produk sehingga produk lebih populer dari yang lainnya. Sehingga produk *bundling* lebih mudah diakses oleh konsumen dan menimbulkan peningkatan pembelian. Penelitian ini memiliki perbedaan fokus penelitian dari penelitian ini yaitu berfokus pada produk layanan online sedangkan penelitian yang sedang dilakukan saat ini fokus pada produk yang dijual secara manual.

Penelitian kelima Setiawan, Heri. (2004) hasil dari penelitian ini bahwa strategi *bundling* memiliki pengaruh positif terhadap persepsi penghematan pelanggan dan derajat keunggulan bersaing. Sehingga dalam ini strategi produk *bundling* dapat mendongkrak keunggulan dalam bersaing dengan alat analisis AMOS.

Penelitian keenam Estelami, Hooman. (2015) hasil dari penelitian ini tidak selamanya dengan *bundling* konsumen dapat membeli produk itu lebih murah dalam penelitian ini ada beberapa komponen yang membuat barang *bundling* atau salah

satu produk ditambah dengan produk-produk lainnya harga lebih mahal seperti dalam komponen *personal computer* (PC). Hanya 57% penghematan bundling dipengaruhi oleh karakter yang dimiliki.

Penelitian ketujuh Ye, Li., Xie, Hong., Wu, Weijie., Lui, John C. S. (2017) hasil dalam penelitian ini bahwa bundling dapat memberi keuntungan lebih dan *bundling* dapat meberika wawasan lebih luas tentang produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Penelitian kedelapan Beladev, Moran., Rokach, Lior., Shapira, Bracha. (2016) hasil penelitian ini menyatakan bahwa rekomendasi *system bundling* produk dengan menggandengkan produk teratas dengan produk terbawah dapat menambah nilai pendapatan dalam penjualan yang sedang dilakukan sehingga meningkatkan penjualan dan memiliki profit lebih tinggi.

Penelitian kesembilan Barrios, P. S. C., Crus, D. E. (2017) dengan menggunakan model optimisasi pemrograman integral dari variabel biaya, persediaan, dan penilaian yang diberikan dapat meningkatkan nilai dari produk tersebut sehingga keuntungan yang didapatkan memiliki peningkatan selain keuntungan yang didapatkan lebih namun juga dapat mengancam margin jika tidak dilakukan dengan program yang telah disusun rapi.

Penelitian kesepuluh Dwi, Vitri., Gaffar, Vanessa., Pancawati, Dewi. (2014) dari hasil penelitian *explanatory survey* pelanggan menyambut dengan baik tentang adanya *bundling* produk yang ditawarkan dari D'Batoe Boutique Hotel Bandung ini dikarenakan pelanggan dapat menikmati fasilitas tambahan yang dibutuhkan

tanpa menambah dari apa yang mereka keluarkan (harga yang dibayar dalam pemesanan penginapa) sehingga pelayanan yang didapatkan lebih banyak.

Penelitian kesebelas Fang, Yan., Sun, Lijun., Gao, Ying. (2017) hasil dari penelitian ini bahwa konsumen lebih tertarik dengan produk *bundling* yang ditawarkan lebih dari satu produk dengan harga yang lebih efisien sehingga konsumen mendapatkan kebutuhan tambahan sekaligus tanpa harus menambahkan pengeluaran lagi.

Penelitian keduabelas Fang, Yang., Xiao, Xinyue., Wang, Xiaoyu., Lan, Huiqing. (2018) penelitian ini berfokus pada layanan supermarket online dimana hasil dari penelitian ini adalah dengan adanya produk *bundling* dapat memberikan efisien waktu untuk memilih apa yang dibutuhkan selain itu juga dapat memberikan kenyamanan dalam proses pengoptimalan kegiatan para konsumen dengan praktis dan efektif. Namun juga harus memperhatikan karakteristik yang di butuhkan oleh konsumen.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator atau Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Anggi Anugrah Putri, Sampurno Wibowo, Se. Msi., 2017, <i>The Influence Of Bundling Product Strategy On Interest Buying Of Consumer (Case Study At Bee Outbound Bogor)</i>	Seberapa besar pengaruh strategi <i>Bundling Product</i> yang dilakukan <i>Bee Outbound</i> terhadap minat beli konsumennya.	Kuantitatif, analisis deskriptif	setiap kenaikan satu skala <i>Bundling Product</i> akan meningkatkan minat konsumen sebesar 21,8%. Adapun pengaruh yang diberikan oleh dstrategi <i>bundling product</i> terhadap minat beli sebesar

				22% selebihnya dipengaruhi oleh factor lainnya.
2.	Ardhan Izzanul Moeniri, 2017, Pengaruh <i>Rebranding</i> dan <i>Bundling</i> Produk Terhadap Niat Berlangganan Indohime	Variable yang digunakan dalam penelitian ini ada variable bebas dan terikat diantaranya: 1) Variable bebas (<i>Rebranding</i> dan <i>Bundling</i> Produk) 2) Variable terikat (niat berlangganan)	Denngan menggunakan alat analisis regresi linier berganda	Dalam penelitian ini bahwa rebranding dan bundling produk dapat meningkatkan niat berlangganan masyarakat.
3.	E. J. Franco, M.C. Santos, D.E. Suyon, D.E. Cruz, 2017, <i>Optimization of Product Bundling Strategy Decisions and Inventory Allocation with the Integration of the Degree of Contingency and Dead Stock Levels in a Multiple Time Period Setting</i>	Penelitian ini menggunakan variable komponen dan variable kontingen	Penelitian ini menggunakan model Mixed integer nonlinear programing optimization model (MINLP)	Hasil penelitian ini menunjukkan peningkatan tingkat yang dapat mempengaruhi variable komponen, dan harga pesanan individu juga menghasilkan signifikansi pada jumlah <i>bundle</i> murni.
4.	GE Xinyu, Zhang Yousha, Qian YU, Yuan Hua, 2017, <i>Effects of Product Characteristics on The Bundling Strategy Impleented by Recommendation System</i>	Penelitian ini berfokus pada efek dari komponen <i>bundling</i>	Alat untuk menata format data yang dugunakan adalah Python 2.7.11 sedangkan dalam menguji penelitiannya dengan model regresi linier	Hasil penelitian ini bahwa karakteristik <i>bundling</i> yang membuat suatu produk populer dari yang lainnya dapat meningkatkan kemudahan akses konsumen menemukan produknya walau terkadang ada konsumen yang tidak membelinya pada akhirnya.
5.	Heri Setiawan, S.T, M.M, 2004, Pengaruh <i>Bundling Strategy</i>	Variabel yang digunakan	Dengan menggunakan	Dalam penelitian ini bahwa <i>strategy bundling</i> memiliki

	Terhadap Keunggulan Bersaing	penelitian ini adalah : 1) <i>Product Bundling Strategy</i> 2) <i>Mixed Bundlin Strategy</i> 3) Persepsi penghematan 4) Keunggulan bersaing	alat analisis AMOS 4.01	pengaruh positif terhadap persepsi penghematan pelanggan dan derajat keunggulan bersaing.
6.	Hooman Estelami, 2015, <i>Consumer Savings in Complementary Product Bundles</i>	Penelitian ini menggunakan variable harga pada kategori <i>fast-food</i> , <i>photographic equipment</i> , dan <i>personal computer</i> (PC)	Penelitian ini menggunakan metode sampling one-stage cluster.	Hasil penelitian ini bahwa 8% menhemat dengan membeli <i>bundling</i> , namun juga terkadang ada yang membayar <i>bundling</i> lebih tinggi. 57% penghematan konsumen dalam <i>bundle</i> komplementer 18% diantaranya dipengaruhi oleh karakter <i>bundling</i> seperti jumlah item, variasi, dan nilai.
7.	Li Ye, Hong Xie, Weijie Wu, John C.S. Lui, 2017, <i>Mining Customer Valuations to Optimiza Product Bundling Strategy</i>	Penelitian ini berfokus pada bagaimana pengoptimalan dari produk <i>bundle</i> dalam rangka meningkatkan profit	Penelitian ini menggunakan Mathematical model	Hasil penelitian ini bahwa <i>bundling</i> sangat menguntungkan dan memberikan wawasan lebih luas dari produk.
8.	Moran Beladev, Lior Rokach , Bracha Shapira, 2016, <i>Recommender systems for product Bundling Product</i>	Nilai pendapatan, fungsi pendapatan, penjualan <i>bundle</i> , profitabilitas pelanggan.	Metode regresi	Dengan meremondesasikan <i>Bundling Product</i> produk dengan system menggandakan produk yang teratas dengan produk yang terbawah dapat menambah nilai

				pendapatan dikarenakan penjualan dengan strategi ini akan naik.
9.	P.S.C. Barrios, D. E. Cruz, 2017, <i>A Mixed Integer Programming Optimization of Bundling and Pricing Strategies for Multiple Product Component with Inventory Allocation Considerations</i>	Variable yang digunakan oleh penelitian ini adalah biaya, persediaan, dan penilaian.	Penelitian ini menggunakan model optimisasi pemrograman integral campuran	Hasil penelitian ini adalah peningkatan nilai dapat memberikan keuntungan lebih namun juga dapat mengancam margin keuntungan, selain itu pembatasan ketersediaan dapat mengurangi keuntungan perusahaan dan dengan cara <i>bundling</i> produk dalam penjualan dapat memberi keuntungan.
10.	Vitri Dwi MD, Vanessa Gaffar, Dewi Pancawati, 2014, <i>Pengaruh Product Bundling dan Price Bundling Terhadap Keputusan Menginap di D’Batoe Boutique Hotel Bandung</i>	Variabel yang digunakan penelitian ini adalah: 1) <i>Product Bundling</i> 2) <i>Price Bundling</i>	Dengan menggunakan metode explanatory survey	Tanggapan tamu individu mengenai <i>Product Bundling</i> dan <i>Price Bundling</i> di D’Batoe Boutique Bandung dinilai baik, harga <i>bundling</i> dengan paket yang ditawarkan dan bonusnya memiliki penilaian tertinggi dikarenakan tamu yang selalu ingin mendapatkan suatu hal yang seimbang atau bahkan lebih dari yang mereka keluarkan. Sehingga produk <i>bundling</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

				keputusan menginap di D'Batoe Boutique Bandung.
11.	Yan fang, lijun sun, ying gao, 2017, <i>Bundle-pricing decision model for multiple products</i>	Dengan variable, produk harga tinggi, produk harga murah, dan keputusan tambahan.	Integral linear program	Konsumen lebih memilih produk yang di <i>Bundling Product</i> dikarenakan konsumen dapat mendapatkan banyak barang dengan harga lebih murah.
12.	Yan Fang, Xinyue Xiao, Xiaoyu Wang, Huiqing Lan, 2018, <i>Customized Bundle Recommendation by Association Rules of Product Categories for Online Supermarket</i>	Dengan fokus penelitian mengurangi barang yang berlebihan dan mencari pola bundling baru untuk menyeimbangi preferensi konsumen yang memuaskan dan mengurangi biaya	Menggunakan alat software Python dengan metode data mining.	Hasil penelitian ini adalah <i>bundling product</i> memberikan keefektifan konsumen dalam belanja di supermarket online.

Dari kesimpulan yang didapat dari beberapa penelitian terdahulu diatas bahwa strategi pemasaran dalam penjualan suatu produk sangat lah penting dilakukan oleh suatu perusahaan. Memang pada dasarnya strategi pemasaran itu beragam caranya ada yang menggunakan *marketing mix*, dengan menentukan segmen dan target yang dituju oleh suatu perusahaan dalam meluncurkan suatu produk, dan juga dapat mengkategorikan produk dengan paketan maupun terjual terpisah. Dari penelitian-penelitian diatas bahwa strategi *Bundling Product* sangatlah bermanfaat diperaktik kan dalam penjualan dimana dengan strategi ini dapat meningkatkan minat konsumen untuk membelinya dikarenakan konsumen dapat membeli 1 produk namun dapat memiliki produk lainnya sekali membelinya.

Dan konsumen juga lebih praktis dan efektif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Walau strategi *Bundling Product* memiliki pangsa pasar tersendiri jika diterapkan akan mendapatkan respon yang baik dan memiliki peluang masuknya produk semakin meningkat. Namun strategi *Bundling Product* ini belum banyak digunakan pada umumnya.

Akan tetapi dalam penjualan *Hasanah Card* strategi *Bundling Product* ini diterapkan dengan menggabung produk simpanan yang memiliki dana lebih dalam bank tersebut dengan penawaran fasilitas produk *Hasanah Card*. Namun dalam penerapan *Hasanah Card* ini sendiri tidak boleh adanya pemaksaan untuk konsumen membelinya. Dalam BNI Syariah ini dapat memiliki produk terpisah maupun *Bundling Product*. Sehingga para konsumennya atau biasa disebut customer ini dapat memilih sesuai dengan kemampuannya. Disini peneliti tertarik melakukan penelitian tentang strategi *Bundling Product* yang diterapkan di BNI Syariah dalam penjualan *Hasanah Card*.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Pemasaran dan Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dalam keinginannya maupun keperluannya dengan menciptakan penawaran bebas menukarkan produk yang bernilai dengan yang lainnya (Kotler, 2009:7). Jadi kesimpulan dari definisi tersebut merupakan proses yang dapat dilakukan dengan tukar sesuatu yang berharga atau bernilai dengan barang lainnya yang diperlukan dalam memenuhi

kebutuhan hidup. Bisa menukarkan barang atau jasa yang diinginkan dengan mata uang yang digunakan maupun dengan sesama produk maupun jasa yang bernilai sama hingga tidak ada yang dirugikan. Dalam proses kegiatan pemasaran juga membutuhkan strategi agar semua tujuan yang diinginkan tercapai, adapun pengertian strategi pemasaran dibawah ini.

Strategi pemasaran merupakan pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Dalam strategi pemasaran lebih spesifik berisi tentang pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran (Kotler, 2004:81). Jadi kesimpulan dari definisi diatas strategi pemasaran merupakan suatu tindakan dasar yang penting dilakukan dalam rangka kegiatan pemasaran untuk menghadapi faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi individu maupun kelompok seperti perusahaan dalam bersaing agar dapat mencapai tujuannya.

2.2.2 Jasa

Jasa merupakan aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen (Lupiyoadi, 2013:6). Sedangkan pengertian jasa menurut Kotler dan Keller sebagai berikut.

Jasa merupakan *“a service is any act of performance that one party can offer to another that essentially intangible and does not result in the ownership of*

anything its production may or may not be tied to physical product”(Kotler & Keller, 2013:386). Dimana yang artinya jasa merupakan setiap tindakan maupun kinerja yang ditawarkan oleh individu maupun kelompok seperti perusahaan ke pihak lain secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

2.2.3 Bundling Product

Bundling Product juga sering disebut masyarakat Indonesia sebagai paket penjualan. Pada umumnya, *Bundling Product* merupakan penjualan dua atau lebih produk terpisah dalam satu paket (Stremersch dan Tellis, 2015:57). *Bundling Product* merupakan menjual barang dalam paket (Adams dan Yellen, 1976:475). *Bundling Product* merupakan praktik yang dilakukan dalam pemasaran dua atau lebih produk atau jasa dalam satu paket dengan harga khusus (Guitinan, 1987:74). Dari kesimpulan beberapa pendapat diatas bahwa *Bundling Product* merupakan penjualan produk maupun jasa terdiri dari dua atau lebih produk maupun jasa dijual secara bersamaan.

Sedangkan *Bundling Product* memiliki dua klasifikasi diantaranya yaitu *Bundling Product focus* dimana dalam konten *Bundling Product focus* yaitu tentang harga dan produk *Bundling Product*. Selain *Bundling Product focus* yaitu *Bundling Product form* atau bisa disebut jenis-jenis *Bundling Product* diantaranya berupa *pure Bundling Product*, *Pure Unbundling Product*, dan *Mix Bundling Product*. Berikut penjelasan tiap jenis *Bundling Product* menurut (Stremersch dan Tellis, 2015:57).

1) *Pure Bundling Product*

Jenis produk *Bundling Product* dimana konsumen hanya dapat membeli produk yang ditawarkan penjual dalam bentuk paket. Pada jenis *Bundling Product* ini konsumen tidak bisa membeli produk secara terpisah. Pilihannya bagi konsumen adalah membeli produk tersebut secara paket atau tidak membeli sama sekali.

2) *Mixed Bundling Product*

Mixed Bundling Product adalah jenis produk *Bundling Product* dimana konsumen dapat memilih produk tersebut secara paket atau terpisah. Biasanya pada jenis ini konsumen akan ditawarkan beberapa keuntungan ketika membeli dalam bentuk paket, seperti potongan harga atau bonus-bonus lainnya. Kemudian Stremersch dan Teilis, *et al* 2015:71 membedakan menjadi 2 kategori:

- a. *Product Bundling Product*. Di definisikan sebagai penjualan dua produk atau lebih dalam satu harga. Kedua produk tersebut telah diintegrasikan menjadi satu produk yang memiliki fungsi saling melengkapi.
- b. *Price Bundling Product*. Didefinisikan sebagai melakukan penjualan dua atau lebih produk yang berbeda dalam satu paket harga tanpa menyatukan produk tersebut dalam satu kesatuan. Karena produk tidak disatukan, maka harga yang dibayarkan tersebut adalah *price Bundling Product*.

2.2.4 Nilai Berlangganan

Niat beli atau *Purchase intentions* sering digunakan dalam menganalisis perilaku konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk, konsumen akan mengumpulkan terlebih dahulu informasi-informasi tentang produk yang akan dibelinya. Sedangkan pengertian niat beli sendiri merupakan suatu niat atau perencanaan yang dilakukan konsumen dalam melakukan pembelian secara sepenuhnya (Engel et al, 1995:201). Selain itu niat beli merupakan suatu aspek yang penting dalam tahap evaluasi oleh suatu individu maupun kelompok atau perusahaan dari para konsumen untuk membentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan dalam rangka memenuhi kebutuhannya (Kotler Keller, 2009:240). Dari kesimpulan diatas bahwa nilai berlanggan konsumen sebelum melakukan pembelian mereka terlebih dahulu merencanakan produk atau jasa mana yang akan dipilih untuk memenuhi kebutuhannya dan juga merek mana yang akan dipilih sesuai minat konsumen masing-masing. Niat berlangganan ini sendiri merupakan sangat penting bagi individu maupun kelompok pelaku bisnis untuk membentuk sikap dan kepercayaan dari konsumen agar memiliki nilai loyal sehingga konsumen sebelum melakukan pembelian selalu teringat produk yang dimiliki oleh individu maupun perusahaannya (Engel et al, 1995:200)

2.2.5 Minat Beli

Menurut (Adrino, 2013:172) minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional. Kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

2. Minat referensial. Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

3. Minat preferensial. Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada suatu produk.

4. Minat eksploratif. Perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.2.6 Nasabah Prioritas/Nasabah Prima/Nasabah Prim BNI Syariah

Nasabah Prioritas/Nasabah Prima BNI Syariah merupakan nasabah yang berbeda dengan nasabah biasa dimana nasabah yang memiliki tabungan prioritas dengan akad mudharabah dan wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahannya sebagai nasabah segmen *high networth individuals* secara perorangan dalam mata uang rupiah dengan bagi hasil 23% nasabah 77% bank. Tata cara menjadi nasabah prioritas/sasabah prima:

- 1) Kartu Identitas Asli (KTP/Paspor)
- 2) Setoran awal minimal Rp. 25.000.000
- 3) Memiliki dana minimal Rp. 25.000.0000

Tata cara menjadi nasabah prioritas/nasabah prima juga memiliki berbagai keunggulan diantaranya:

- 1) Zamrud Card sebagai kartu ATM (ATM BNI, ATM Bersama, Atm Link, Atm Prima & Cirrus) dan kartu belanja (Debit Card) di merchant berlogo MasterCard diseluruh dunia.

- 2) Zamrud Card dengan limit transaksi tunai hingga Rp. 10.000.000/hari, transfer hingga Rp. 100.000.000/hari (hanya kesesama Bni Syariah dan BNI) sedang keselain bank tersebut hanya Rp. 25.000.000/hari.
- 3) Fasilitas executive Lounge di Bandara yang bekerjasama dengan BNI Syariah.
- 4) Perlindungan asuransi jiwa (hanya untuk pengguna akad mudharabah).
- 5) Fasilitas *auto debet* untuk membayar tagihan.
- 6) Fasilitas *e-banking* (Internet banking, SMS banking, mobile banking, dan phone banking).
- 7) Mutasi di buku tabungan lebih detail.
- 8) Layanan antrian prioritas di kantor-kantor cabang BNI Syariah dengan menunjukkan Zamrud Card.
- 9) Dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.
- 10) *Pre-embossed Hasanah Card* Platinum sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 11) Mendapatkan *Special Birthday Gift*.
- 12) Mendapatkan *Special Event Invitation*.

Selain diatas tata cara menjadi nasabah prioritas/nasabah prima di BNI Syariah dengan cara regular juga bisa dengan cara lain yaitu :

- 1) Dengan cara *pre approve* yaitu dimana nasabah yang memiliki persetujuan dari bank bahkan nasabah sebelum mengajukan. Biasanya *pre approve* di BNI Syariah ini nasabah yang sudah mengambil atau menikmati produk KPR (Kredit Pemilikan Rumah).

- 2) Dengan cara *pre embossed* yaitu nasabah yang memberikan peluang bagi BNI Syariah. Contoh *pre embossed* ini seperti Kepala KPP Malang Selatan dimana BNI Syariah mendapatkan peluang dari kepemilikan beliau peluang yang di dapatkan untuk BNI Syariah yaitu seluruh pegawainya bisa direkomendasikan untuk membuka rekening di BNI Syariah.

2.2.7 *Hasanah Card*

Hasanah Card merupakan kartu pembiayaan yang berfungsi seperti kartu kredit yang diterbitkan oleh bank konvensional namun kartu ini berdasarkan prinsip Syariah, yaitu dengan sistem perhitungan biaya yang bersifat tetap, adil, transparan dan kompetitif tanpa bunga. Selain itu kartu ini juga tidak mendorong pengeluaran yang berlebihan (*israf*) dimana *Hasanah Card* ini hanya bisa digunakan transaksi yang sesuai syariah islam saja. Kartu ini juga memiliki fungsi yang sama seperti kartu kredit dapat digunakan sebagai alat pembayaran di lebih 29 juta tempat usaha yang memasang logo MasterCard di seluruh dunia. *iB Hasanah Card* juga memiliki fasilitas pengambilan uang tunai melalui ATM BNI maupun ATM bank lain yang memiliki jaringan MasterCard di seluruh dunia. *Hasanah Card* sebagai salah satu produk layanan dari BNI Syariah memiliki slogan “*Karena halal juga menguntungkan*” slogan ini mencerminkan bahwa setiap transaksi yang didukung oleh *Hasanah Card* dengan merchant kepada nasabah adalah transaksi yang bersifat halal, tidak merugikan, dan tentunya membantu nasabah kepada transaksi yang halal.

Dasar yang dipakai dalam penerbitan *Hasanah Card* adalah fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 54/DSN/MUI/X/2006 mengenai Syariah Card berikut ketentuan Fatwa Berdasarkan Fatwa DSN No. 54/DSN-MUI/X/2006 akad *Hasanah Card* terdiri dari 3 jenis, yaitu: *Akad kafalah*, *Qard*, dan *Akad Ijarah*. Dan mendapatkan surat persetujuan dari Bank Indonesia No. 10/337/DPbs tanggal 11-03-2008. Selain itu *Hasanah Card* ini memiliki beberapa jenis diantaranya :

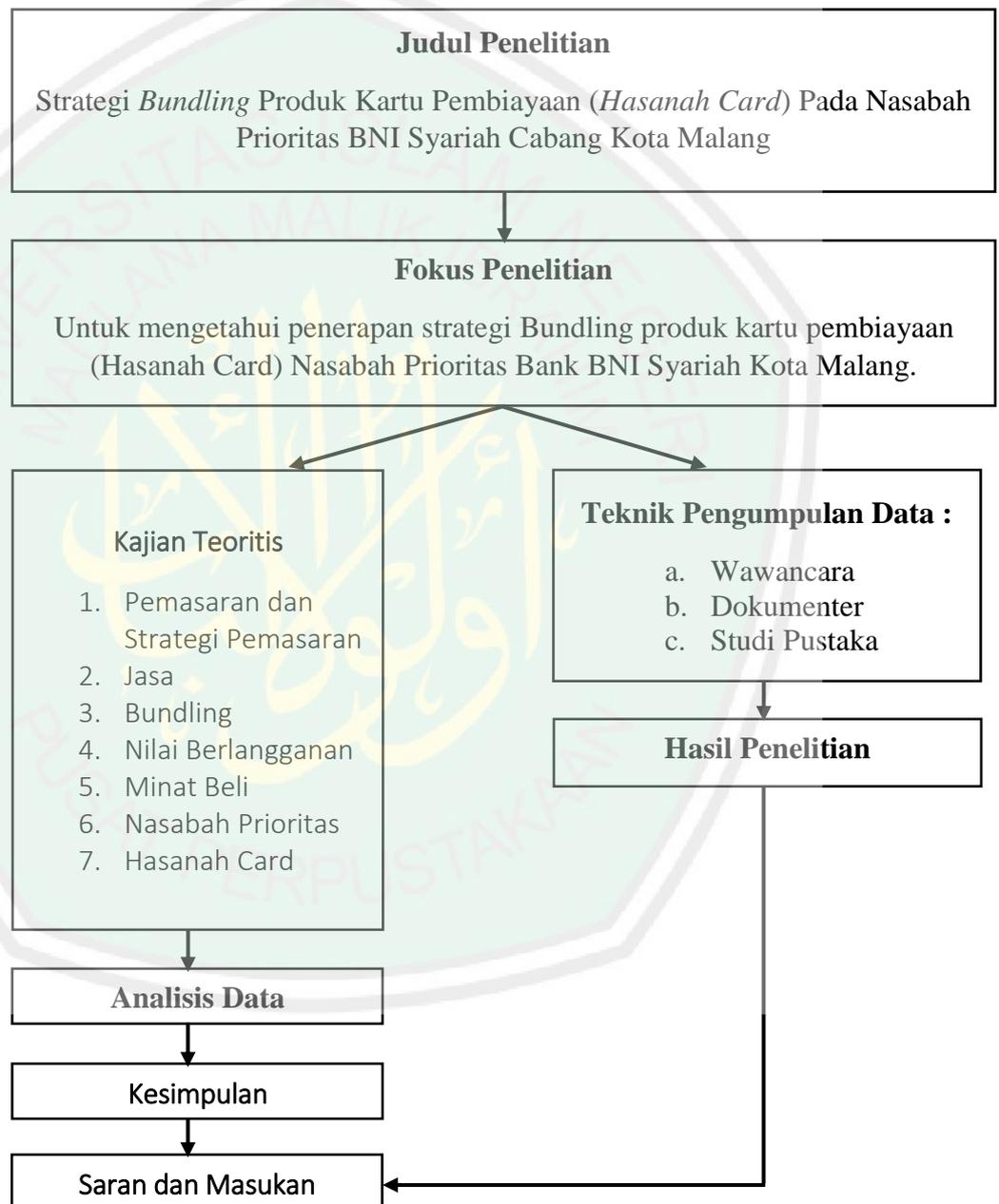
- 1) *Hasanah Card Classic*
- 2) *Hasanah Card Platinum*
- 3) *Hasanah Card Gold*



2.3 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1

Kerangka Berfikir



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian metode ada dua yaitu kualitatif dan kuantitatif. Namun dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana metode kualitatif ini dipilih dikarenakan dalam metode penelitian ini dapat meneliti makna dari pengalaman manusia dalam sebuah peristiwa (Willig, 2008). Sedangkan menurut Sugiyono dimana peneliti sebagai instrument kunci dengan meneliti kondisi obyek yang alamiah (Sugiyono, 2013:14). Sedangkan menurut (Creswell, 2015:59) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang diawali dengan asumsi penggunaan kerangka teoritis yang membentuk atau memengaruhi studi tentang permasalahan riset yang terkait dengan makna yang dikenakan oleh individu atau kelompok pada suatu peristiwa. Sehingga penelitian kualitatif merupakan penelitian yang diawali dengan penggunaan kerangka untuk meneliti dan memaknai individu atau kelompok dalam suatu peristiwa yang terjadi.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kualitatif deskriptif. Dimana yang dimaksud dengan penelitian deskriptif ini merupakan suatu jenis penelitian yang meneliti suatu objek bertujuan untuk mendeskriptifkan, menggambarkan, atau pun melukiskan secara sistematis, faktual dan akurat sesuai dengan fakta-fakta atau fenomena yang terjadi (Convelo, 1993:73-74). Sedangkan dijelaskan dalam (Mardalis, 1999:26) tujuan penelitian

deskriptif kualitatif itu mendiskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan kondisi yang terjadi dengan kata lain bertujuan memperoleh informasi mengenai kondisi yang ada. Dalam penelitian ini focus masalah, subyek yang akan dijadikan informan yang akan menuturkan pengalaman atau menceritakan yang terkait dengan fokus penelitian.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah PT. Bank BNI Syariah di Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 48. Objek penelitian ini adalah bagian marketing Bank BNI Syariah. Adapun alasan pemilihan tempat penelitian di BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang dikarenakan BNI Syariah adalah bank Syariah yang terdaftar sebagai satu-satunya penerbit kartu kredit Syariah di Bank Indonesia dalam data pada tabel 3.1 dibawah. Dan dalam bersaing di dunia bisnis BNI Syariah KC Kota Malang ini yang menerapkan strategi berbeda pada umumnya yaitu strategi *bundling* produk.

Tabel 3.1
Daftar Bank yang Mengeluarkan Kartu Kredit

No	Nama Penerbit	No	Nama Penerbit
1	Bank Bukopin	14	Bank Permata
2	Bank Central Asia	15	Bank QNB Indonesia
3	Bank CIMB Niaga	16	Bank Rakyat Indonesia (Persero)
4	Bank Danamon Indonesia	17	Bank Sinarmas
5	Bank DBS Indonesia	18	Bank UOB Indonesia
6	Bank HSBC Indonesia	19	BNI Syariah
7	Bank MNC Internasional	20	Citibank
8	Bank ICBC Indonesia	21	PAN Indonesia Bank

9	Bank Mandiri (Persero)	22	STANDARD CHARTERED BANK
10	Bank Maybank Indonesia	23	Bank Mayapada
11	Bank Mega	24	PT. AEON Credit Services
12	Bank Negara Indonesia 1946	25	PT. Shinhan Indo Finance
13	Bank OCBC NISP		

Sumber : www.bi.go.id, 2019

3.3 Subjek Penelitian

Bungin (2015:78) menjelaskan informan penelitian merupakan subjek yang memahami informasi tentang objek penelitian, informan bias sebagai pelaku atau orang yang memahami tentang objek penelitian. Orang yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu marketing dari produk kartu pembiayaan yang biasa disebut *Hasanah Card*.

Table 3.2
Deskripsi Data Informan Bankir

No	Nama	Jabatan	Intansi
1.	Dahlia Hanum	Sales Head	BNI Syariah Cab. Kota Malang
2.	Rika Indah	Direct Sales	BNI Syariah Cab. Kota Malang
3.	Lailatus Saidah A.S, S.Pi, M.Pi	Funding Head	BNI Syariah Cab. Kota Malang

Sumber: Data diolah, 2018

Table 3.3
Deskripsi Data Informan Nasabah

No	Nama	Jabatan	Pekerjaan
1.	Fathul Burhanudin	Nasabah prioritas pemilik <i>Hasanah Card</i>	Pegawai BUMN
2.	Nela Eliya Saleh	Nasabah prioritas pemilik <i>Hasanah Card</i>	Karyawan Swasta
3.	Akhmad Robitul	Nasabah prioritas	Karyawan Swasta

Sumber: Data diolah, 2019

Dengan kriteria informan dari bank merupakan seseorang yang terjun langsung dan orang yang berhadapan langsung mengenai objek yang ada dipenelitian ini, diantaranya:

- a) Ibu Dahlia Indah adalah seorang sales head di BNI Syariah KC Kota Malang dimana Ibu Dahlia ini adalah kepala unit yang menangani khusus dalam pemasaran suatu produk untuk mengetahui pemasaran yang ada disana.
- b) Ibu Rika Indah adalah seorang Direct Sales di BNI Syariah KC Kota Malang dimana Ibu Rika ini adalah orang lapangan yang menangani langsung mengenai hasanah card untuk mengetahui tentang hasanah card dan pemasarannya produk tersebut.
- c) Ibu Lailatus Saidah seorang Funding Head di BNI Syariah KC Kota Malang dimana Ibu Leli ini adalah kepala unit yang menangani tentang penghimpunan dana untuk mendapatkan informasi tentang nasabah prioritas dan pemasaran dalam proses pembelian dana dari nasabah.
- d) Dan nasabah yang dipilih dalam penelitian ini adalah nasabah prioritas yang memiliki hasnaah card.

3.4 Data dan Jenis Data

Dalam pengumpulan data maupun informasi ada dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini akan menggunakan data sebagai berikut :

- a. Data primer merupakan data yang didapat langsung dalam pengumpulan data dari responden atau informan yang bersangkutan dengan objek penelitian (Sugiyono, 2013:402). Dalam hal ini data primer diperoleh langsung dari marketing produk *Hasanah Card*.
- b. Data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung guna melengkapi data dan informasi dalam kelangsungan penelitian (Sugiyono, 2013:402). Data sekunder ini dapat diperoleh melalui media perantara, media hasil publikasi berupa website, artikel, jurnal yang berkaitan dengan strategi marketing *Bundling Product* produk.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang paling utama dilakukan dalam penelitian, yang memiliki tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data (Sugiyono, 2013:401). Dalam Teknik pengumpulan data ada beberapa metode-metode yang dilakukan yaitu wawancara, dokumentasi atau dokumenter, studi pustaka:

1) Wawancara

wawancara menurut Sugiyono (2013: 317) merupakan pertemuan dua orang yang saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat memunculkan makna dalam suatu topik tertentu. Dengan melakukan

wawancara peneliti dapat mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang objek penelitian sehingga dapat menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi saat tidak dapat ditemukan melalui observasi.

Wawancara yang dilakukan saat penelitian ini dengan wawancara langsung dan melalui media seperti google form. Sebagai berikut daftar informan yang digunakan dalam penelitian ini.

Table 3.4
Daftar Informan

No	Nama	Jabatan
1.	Dahlia Hanum	Sales Head
2.	Rika Indah	Direct Sales
3.	Lailatus Saidah A.S, S.Pi, M.Pi	Funding Head
4.	Fathul Burhanudin	Nasabah
5.	Nela Eliya Saleh	Nasabah
6.	Akhmad Robitul	Nasabah

Namun dengan menggunakan cara google form ini memiliki banyak keterbatasan yaitu dalam pengalihan informasi secara merinci untuk kelengkapan dalam penelitian ini. Dengan awal mula melakukan wawancara kepada pihak nasabah melalui chat whatsapp yang diteruskan oleh pihak bank sendiri sehingga ada salah satu nasabah menganjurkan menggunakan google form saja demi kemudahan akses pertanyaan untuk dijawab oleh nasabah.

2) Dokumentasi atau dokumenter

Dokumentasi menurut Sugiyono (2013:422) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang telah kerecord. Dokumentasi ini bias berupa tulisan, gambar, karya-karya, foto, audio, dan lain sebagainya.

3) Studi Pustaka atau (*Literer*)

Studi pustaka merupakan teknik pngumpulan data dalam penelitian dengan melakukan penelaah terhadap buku-buku, jurnal, maupun media internet, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti (Nazir, 2013:93).

3.6 Analisis data

Sugiyono (2013: 429-434) dalam riset analisis dimulai sejak merumuskan masalah, sebelum terjun kelapangan, saat berlangsungnya dilapangan, sampai dengan penulisan hasil penelitian.

1) Analisis sebelum di lapangan

Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan.

2) Analisis selama dilapangan

Sugiyono, 2013 dalam riset studi kasus setidaknya ada 3 bentuk analisis, diantaranya:

a. Penyajian Data

Penyajian ini bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*.

b. Penafsiran langsung / Reduksi

Peneliti melihat satu contoh tunggal dan menarik makna darinya tanpa mencari beragam contoh. Hal ini merupakan proses pemisahan data dan mengumpulkannya dalam cara-cara yang bermakna.

c. Display Data

Display data ini dimana peneliti menyajikan data diolah setelah direduksi yang masih berbentuk setengah jadi menjadi data yang runtut sesuai alur tema guna menarik kesimpulan.

d. Kesimpulan

Kesimpulan bersifat sementara bisa berupa dan berkembang sesuai dengan temuan yang ada dilapangan.

3.7 Analisis Keabsahan Data

Salah satu cara guna menguji keabsahan hasil penelitian adalah dengan melakukan triangulasi sumber data, metode dan teori (bugin, 2015:264). Triangulasi keabsahan data ini digunakan untuk memastikan kevalidan data yang digunakan.

1) Triangulasi dengan Sumber Data

Triangulasi sumber data guna mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama (Sugiyono, 2013:423). Paton dalam Bungin (2015:264-265) menjelaskan bahwa triangulasi dengan

sumber data dilakukan dengan membandingkan dan untuk mengecek keakuratan derajat kepercayaan suatu informasi yang didapat melalui waktu. Sedangkan dalam penelitian kualitatif memiliki cara yang berbeda, diantaranya :

Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.

- a. Membandingkan apa yang dikatakan dari beberapa pihak bank saat di wawancara
- b. Membandingkan yang dikatakan nasabah prioritas terhadap *Bundling Product Hasanah Card*
- c. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

2) Triangulasi dengan Metode atau Teknik

Dalam Sugiyono (2013:423) menjelaskan bahwa triangulasi teknik merupakan penggunaan Teknik dalam pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Dalam triangulasi ini dilakukan guna mengecek terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi-informasi yang didapatkan dengan metode interview dengan metode observasi itu sama. Dengan tujuan mencari kesamaan data dengan metode yang berbeda. Sehingga mengetahui dari hasil interview dan observasi dilingkungan data yang didapatkan sama.

3) Triangulasi dengan teori

Dalam (Bugin, 2015: 265) triangulasi ini dilakukan dengan mengurangi pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembanding. Dengan teori yang digunakan apakah sudah sesuai dengan praktik dilapangan sehingga dapat diketahui bahwa apa yang terjadi saat dilapangan menunjukkan kesesuaian dengan teori atau tidak.



BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data

4.1.1 Profil Dan Sejarah PT. Bank Bni Syariah (Bni Syariah)

4.1.1.1 Sejarah perusahaan PT. Bank BNI Syariah (BNI Syariah)

Tahun 1997 yang lalu saat terjadinya krisis moneter sistem perbankan Syariah menunjukkan ketangguhannya. Dengan memiliki 3 pilar dalam prinsipnya yaitu adil, transparan, dan maslahat sistem perbankan syariah dapat menjawab kebutuhan masyarakat yang membutuhkan sistem perbankan yang adil. Dengan landasan Undang-undang No. 10 tahun 1998 Unit Usaha Syariah (UUS) BNI di dirikan bertepatan pada tanggal 29 April 2000 dengan 5 kantor cabang Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Tak hanya 5 kantor cabang saja UUS BNI terus berkembang menjadi 28 kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu.

Selain di kantor cabang dan kantor pembantu UUS BNI nasabah juga dapat menikmati layanan Syariah di kantor cabang BNI konvensional (*office channeling*) yang tersebar kurang lebih 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Dalam pelaksanaan operasionalnya, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan aspek kesyariahnya dengan pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS). Dan semua produk perbankan BNI Syariah telah melewati pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan Syariah.

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 pada tanggal 21 Mei 2010 PT Bank BNI Syariah resmi diberikan izin usaha. Dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* pada tahun 2009. Dan rencana *spin off* terlaksanakan pada tanggal 19 Juni 2010 sehingga pada saat itu BNI Syariah beroperasi sebagai Bank Umum Syariah (BUS) tidak lagi Unit Usaha Syariah (UUS). Terrealisasinya *spin off* pada Juni 2010 tidak lepas dari faktor eksternal seperti aspek regulasi yang kondusif dengan diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 mengenai Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UUN No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah. Selain itu, dengan adanya komitmen pemerintah yang semakin kuat terhadap pengembangan perbankan syariah dan kesadarannya terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Sehingga pada Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan gerak dan 20 *Payment Point*.

4.1.1.2 Visi dan Misi PT. Bank BNI Syariah (BNI Syariah)

Dalam mendukung pencapaian tujuan suatu perusahaan, PT. Bank BNI Syariah (BNI Syariah) perlu menetapkan visi dan misi untuk memperkuat perusahaannya dalam mencapai tujuannya. Dalam mendukung pencapaian tujuannya PT. Bank BNI Syariah (BNI Syariah) perlu melakukan penyesuaian rumusan misi dalam menvapat tujuannya.

Visi PT. Bank BNI Syariah (BNI Syariah) sebagai berikut :

“Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

Selain visi diatas PT. Bank BNI Syariah (BNI Syariah) juga meimiliki misi yang telah dirumuskan untuk mencapai tujuannya. Berikut adalah Misi BNI Syariah :

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.

4.1.1.3 Logo PT. Bank BNI Syariah (BNI Syariah) KC Malang

Gambar 4.1

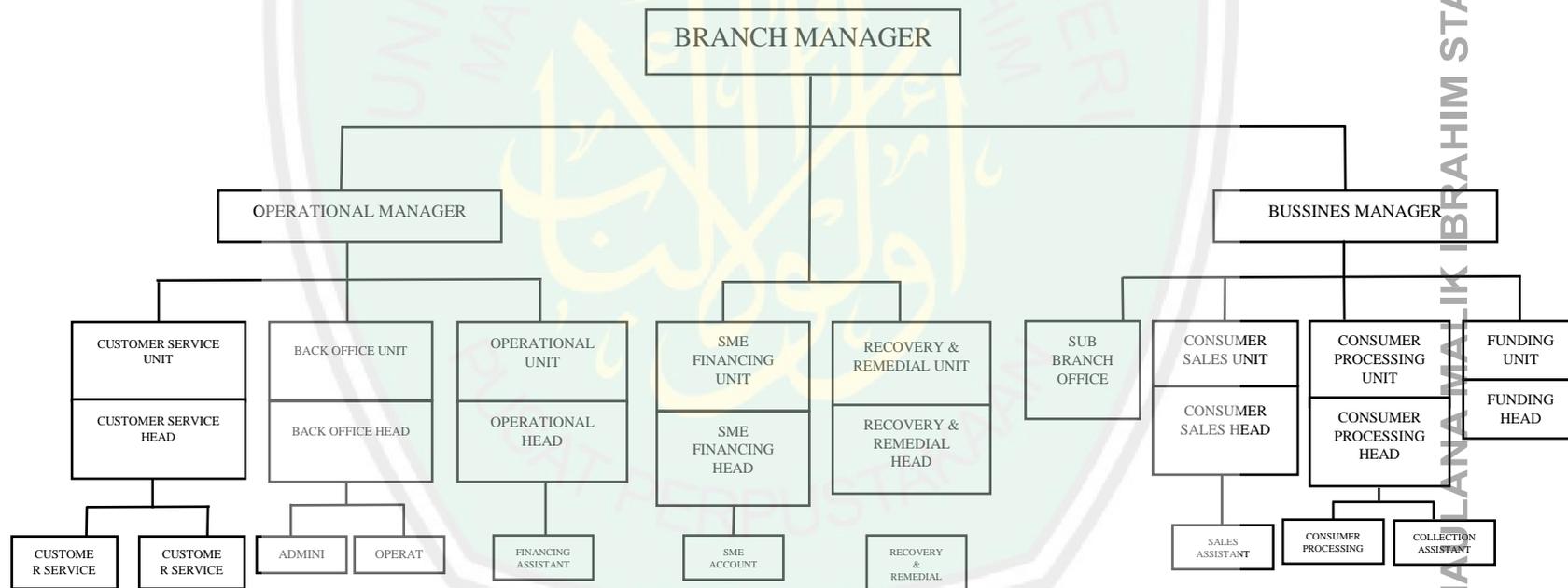
Logo BNI Syariah



Sumber : www.bnisyariah.co.id

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 4.2
Struktur Organisasi BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang



4.1.3 Ruang Lingkup

4.1.3.1 Produk Perusahaan

Pada dasarnya sama dengan bank konvensional bank syariah juga memiliki bervariasi produk yang disajikan untuk customernya. Bahkan tak hanya produk-produk umum pada semestinya saja yang tersedia melainkan produk yang biasanya dikenal oleh masyarakat yang memiliki banyak pro dan kontra dalam hal riba seperti kartu kredit kini juga ada di produk perbankan syariah yaitu di BNI Syariah. Namun bila di perbankan syariah namanya adalah kartu pembiayaan dan dalam akad dan penyajiannya juga berbeda dari milik konvensional semua telah sesuai dengan syariat agama islam. Diantaranya produk-produk yang dimiliki BNI Syariah :

1) Pendanaan

(1) BNI Giro iB Hasanah

Merupakan simpanan transaksional dalam mata uang IDR dan USD yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad *mudharabah mutlaqah* atau *wadiah yadh dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan Pemindah bukuan.

(2) BNI Deposito iB Hasanah

Merupakan investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip Syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan akad Mudharabah.

(3) BNI Tabungan iB Hasanah

a) BNI Dollar iB Hasanah

Merupakan tabungan yang dikelola dengan *akad wadiah* dan *mudharabah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah perorangan dan non perorangan dalam mata uang USD.

b) BNI Simpel iB Hasanah

Merupakan tabungan dengan *akad wadiah* untuk siswa berusia di bawah 17 tahun dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

c) BNI Baitullah iB Hasanah

Merupakan tabungan dengan *akad mudharabah* atau *wadiah* yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji (regular/khusus) dan merencanakan ibadah umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan USD.

d) BNI Prima iB Hasanah

Merupakan tabungan dengan *akad mudharabah* dan *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen high networth individuals secara perorangan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.

e) BNI Tunas iB Hasanah

Merupakan tabungan dengan *akad wadiah* dan *mudharabah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah umur 17 tahun.

f) BNI Bisnis iB Hasanah

Merupakan tabungan dengan *akad mudharabah* dan *wadiah* yang dilengkapi dengan detil mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang rupiah.

g) BNI iB Hasanah

Merupakan tabungan dengan *akad mudharabah* atau *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang rupiah.

h) BNI Tapenas iB Hasanah

Merupakan tabungan berjangka dengan *akad mudharabah* untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya.

i) BNI Tabunganku iB Hasanah

Merupakan produk simpanan dana dari bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah dengan *akad wadiah* dalam

mata uang rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

2) Pembiayaan

(1) Konsumer

1) BNI Griya iB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.

2) BNI Multiguna iB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian barang kebutuhan konsumtif dan/atau jasa sesuai prinsip syariah dengan disertai agunan berupa tanah dan bangunan yang ditinggali berstatus SHM atau SHGB dan bukan barang yang dibiayai.

3) BNI Oto iB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif *murabahah* yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor yang dibayar dengan pembiayaan ini.

4) BNI Emas iB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur setiap bulannya melalui akad murabahah (jual beli).

5) BNI CCF iB Hasanah

Merupakan pembiayaan yang dijamin dengan agunan likuid, yaitu dijamin dengan simpanan dalam bentuk deposito, Giro, dan tabungan yang diterbitkan BNI Syariah

6) BNI Fleksi Umroh iB Hasanah

Merupakan pembiayaan konsumtif bagi anggota masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pembelian jasa paket perjalanan ibadah umroh melalui BNI Syariah yang telah bekerja sama dengan *travel agent* sesuai dengan prinsip syariah.

(2) Mikro

a. Rahn mikro

Pembiayaan mulai dari Rp 500 rb hingga Rp 50 juta, yang memiliki jangka waktu pembiayaan 3bulan, 6 bulan, 9 bulan, 12 bulan. Yang memiliki tujuan sebagai pembiayaan modal usaha/produktif, biaya pendidikan, kesehatan, dan barang lainnya (konsumtif). Dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan.

b. Mikro 2 iB Hasanah

Pembiayaan mulai dari Rp 5 Juta hingga Rp 50 Juta, yang memiliki jangka waktu pembiayaan mulai dari 6 bulan hingga 36 bulan atau setara dengan 3 tahun. Yang memiliki tujuan pembiayaan pembelian barang modal kerja, investasi produktif dan pembelian barang lainnya (konsumtif). Dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan.

c. Mikro 3 iB Hasanah

Pembiayaan mulai > Rp 50 Juta hingga Rp 500 Juta, yang memiliki jangka waktu pembiayaan mulai dari 6 bulan hingga 60 bulan. Yang memiliki tujuan sebagai pembiayaan pembelian barang modal kerja, investasi produktif dan pembelian barang lainnya (konsumtif). Dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan.

(3) Korporasi

a. BNI Syariah *Multifinance*

Merupakan pembiayaan kepada *multifinance* adalah penyaluran pembiayaan langsung dengan pola *executing*, kepada *multifinance* untuk usahanya dibidang perusahaan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.

b. BNI Syariah *Linkage* Program

Merupakan pembiayaan kerjasama *linkage* program iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan dimana BNI Syariah sebagai pemilik

dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) (BMT, BPRS, KJKS, dll) untuk diteruskan ke end user (pengusaha mikro, kecil, dan menengah syariah). Kerjasama dengan LKS dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui Lembaga Pendamping.

c. BNI Syariah Kopkar/Kopeg

Merupakan pembiayaan kerjasama Kopkar/Kopeg iB hasanah adalah fasilitas pembiayaan mudharabah produktif dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Koperasi Karyawan (Kopkar)/Koperasi Pegawai (kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syariah ke *end user*/pegawai.

d. BNI Syariah Usaha Besar

Merupakan usaha besar iB Hasanah adalah pembiayaan syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha pada segmentasi besar berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syariah.

e. BNI Syariah Valas

Merupakan pembiayaan valas iB Hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing.

f. BNI Syariah Ekspor

Merupakan pembiayaan ekspor iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada eksportir (perusahaan ekspor), baik dalam rupiah maupun valuta asing untuk keperluan modal kerja dalam rangka pengadaan barang-barang yang akan diekspor (sebelum barang dikapalkan/*preshipment*) dan/atau untuk keperluan pembiayaan proyek investasi dalam rangka produksi barang ekspor.

g. BNI Syariah Onshore

Merupakan pembiayaan onshore iB hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing untuk membiayai usaha yang dikategorikan kegiatan ekspor (penghasil devisa).

h. BNI Syariah Sindikasi

Merupakan pembiayaan sindikasi iB hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh dua atau lebih lembaga keuangan untuk membiaya suatu proyek/usaha dengan syarat-syarat dan ketentuan yang sama, menggunakan dokumen yang sama dan diadministrasikan oleh agen yang sama pula.

(4) Usaha kecil/menegah

a. BNI Syariah Wirausaha

Merupakan fasilitas pembiayaan produktif yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.

b. BNI Syariah Valas

Merupakan pembiayaan yang diberikan oleh unit operasional dalam negeri kepada nasabah pembiayaan dalam negeri, dalam bentuk mata uang valuta asing.

c. BNI Syariah Kopkar/Kopeg

Merupakan fasilitas pembiayaan *mudharabah* produktif dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada koperasi karyawan (Kopkar)/koperasi pegawai (Kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syariah ke *end user*/pegawai.

d. BNI Syariah Dealer iB Hasanah

Pola pemasaran yang bekerjasama dengan dealer yang melatar belakangi adanya potensi pembiayaan kendaraan bermotor secara kolektif yang melibatkan *end user* dalam jumlah yang cukup banyak.

e. BNI Syariah Usaha Kecil

merupakan pembiayaan syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha kecil berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syariah.

f. BNI Syariah Linkage

Merupakan fasilitas pembiayaan dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan cara *executing* kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS seperti BMT, BPRS, KJKS,dll) untuk diteruskan ke *end user* (pengusaha mikro, kecil, dan menengah syariah).

4.1.4 Deskripsi Informan

penelitian ini dilakukan di BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang. Informan dalam penelitian ini menjadi penentu tentang fokus penelitian ini apakah keterkaitannya sudah tepat dengan informasi-informasi yang diberikan oleh informan. Informan yang dipilih dalam penelitian ini merupakan informan yang memahami, mengetahui, merasakan, serta melakukan secara langsung proses yang terkait dengan penelitian ini yaitu Strategi *Bundling Product Hasanah Card* pada nasabah prioritas.

Table 4.1
Deskripsi Data Informan Bankir

No	Nama	Jabatan	Intansi
1.	Dahlia Hanum	Sales Head	BNI Syariah Cab. Kota Malang
2.	Rika Indah	Direct Sales	BNI Syariah Cab. Kota Malang
3.	Lailatus Saidah A.S, S.Pi, M.Pi	Funding Head	BNI Syariah Cab. Kota Malang

Sumber: Data diolah, 2018

Table 4.2
Deskripsi Data Informan Nasabah

No	Nama	Jabatan	Pekerjaan
1.	Fathul Burhanudin	Nasabah prioritas pemilik <i>Hasanah Card</i>	Pegawai BUMN
2.	Nela Eliya Saleh	Nasabah prioritas pemilik <i>Hasanah Card</i>	Karyawan Swasta
3.	Akhmad Robitul	Nasabah prioritas	Karyawan Swasta

Sumber: Data diolah, 2019

4.1.5 Strategi *Bundling Product Hasanah Card* pada Nasabah Prioritas/Nasabah Prima

4.1.5.1 *Hasanah Card*

Hasanah Card merupakan suatu produk inovasi baru berupa kartu pembiayaan yang memiliki fungsi sebagai kartu kredit berdasarkan prinsip Syariah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Dahlia Hanum selaku *Sales Head* pada

BNI Syariah Malang pada tanggal 01 Oktober 2018 pukul 16.00 WIB tentang *Hasanah Card* di BNI Syariah Malang adalah sebagai berikut:

“*Hasanah Card* itu kartu pembiayaan mbak, ya seperti kartu kredit yang diterbitkan sama konvensional namun ini sesuai prinsip Syariah dan bebas dari riba. Apa mbak sudah memiliki brosurnya? Ini mbak di dalam brosur ini sudah di jelaskan sesuai dengan tipenya kan *Hasanah Card* ini ada yang *classic, gold, platinum*. Jadi perhitungan bulanannya itu juga bersifat tetap walau di gunakan atau tidak di gunakan selama kartu tersebut telah diaktivkan. Untuk perhitungannya juga disesuaikan di awal dijelaskan satu-satu sesuai dengan yang ada di brosur itu jadi semua transparan didepan ketika akad berlangsung”

Selain dari hasil wawancara dengan Ibu Dahlia tentang *Hasanah Card*, dari hasil wawancara dengan Ibu Rika Indah selaku *Direct Sales* pada tanggal 08 Oktober 2018 pukul 15.30 WIB yang menambahkan tentang *Hasanah Card* sebagai berikut :

“*Hasanah Card* merupakan suatu produk berupa kartu pembiayaan dengan prinsip Syariah yang menggunakan *akad Kafalah, qardh, Akad Ijarah* yang hanya bisa digunakan transaksi sesuai dengan Syariah dalam artian tidak dapat digunakan transaksi yang melanggar aturan syariat islam. Seperti itu kayak di restoran yang terdaftar di *Electronic Data Capture (EDC)* juga terdaftar memiliki fasilitas karaoke akan secara otomatis *Hasanah Card* ini tidak dapat di gunakan. Selain itu juga restoran yang terdaftar di *Electronic Data Capture* terdapat menu-menu non halal seperti menyajikan *beer* atau pun babi itu juga secara otomatis tidak dapat digunakan. Dan *Hasanah Card* ini mudah dipakai atau *friendly* ketika digunakan dalam perjalanan seperti pariwisata halal terutama bepergian umroh dan haji. Karena ada fasilitas lebih di bandara untuk pemegang kartu *Hasanah Card* ini.”

4.1.5.2 proses strategi *Bundling Product* di BNI Syariah Malang

Proses strategi *Bundling Product* merupakan suatu strategi yang dipilih untuk dilakukan dalam penawaran produk-produk yang di milikinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Dahlia Hanum selaku *Sales Head* pada BNI Syariah

Malang pada tanggal 01 Oktober 2018 pukul 16.00 WIB tentang proses *strategi*

Bundling Product di BNI Syariah Malang adalah sebagai berikut :

“jadi kalau prosesnya itu biasanya *direct sales* yang biasanya turun kelapangan dengan bebarengan bersama team funding maupun individu dalam menemuhi calon nasabah dalam penawaran produk-produk kami. Jadi pertengahan 2018 kemaren itu kan dalam penawaran kerjasama ke perusahaan atau instansi-instansi sudah tidak ditangani oleh team customer sales lagi namun sudah ada unit funding yang menanganinya mbak.. jadi kadang seperti mbak X itu berangkat bareng dengan team funding ke instansi-instansi ketika penawaran kerjasama oleh team funding sudah *accept* sampai dalam akad berarti telah menyetujui kerjasama. Biasanya kan mbak kalau kerjasama instansi itu kita dapat mengetahui pendapatan-pendapatan dari kerjasama tersebut. Dan disitu kan ada peluang untuk menawarkan produk kami yang lainnya mbak karena sudah percaya dengan kami biasanya kalau kerjasama gitu ada kemudahan dalam angsuran pengajuan pembiayaan *Hasanah Card* maupun KPR. masuklah mbak X menawarkan *Hasanah Card* ini dengan fasilitasnya kepada mereka”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasannya dalam menawarkan produk kepada calon nasabah dengan strategi ini dilakukan ketika ada cela atau peluang dalam menawarkan produk lainnya.

Berbanding lurus dengan hasil wawancara bersama Ibu Rika Indah selaku *Direct Sales* pada tanggal 08 Oktober 2018 pukul 15.30 WIB yang menyatakan bahwa :

“Ya strategi dalam menjual atau menawarkan *Hasanah Card* selain di jual secara individu juga dijual secara bebarengan dengan produk-produk BNI Syariah lainnya. Dengan melihat peluang saat menawarkan produk lainnya. Karena menggunakan strategi *Bundling Product* memiliki banyak peluang untuk menjual *Hasanah Card* sendiri strategi yang lebih efisien dari strategi lainnya. Ya strategi dalam menjualnya *Hasanah Card* itu biasanya ditawarkan bebarengan saat menawarkan kepada Nasabah Prioritas/Nasabah Prima itu kan banyak kategorinya yang di katakan sebagai Nasabah Priorita/Nasabah Prima itu salah satunya seperti parel gaji dimana kita kerjasama sama sebuah instansi otomatis itu kan pegawai-pegawainya

semua membuka rekening baru kepada kita. Dimana disitu biasanya kita memiliki peluang untuk menawarkan *Hasanag Card* ini kepada mereka jadi kita gak hanya menangani kerjasama tadi aja juga menjual *Hasanah Card*. selain kita bundling dengan produk tabungan prima juga dengan produk pembiayaan KPR, maupun flexi umroh dengan manfaat yang berbeda-beda dalam penggunaannya”.

Selain tutur kata dari Ibu Dahlia dan Ibu Rika, dari hasil wawancara selanjutnya bersama Ibu Lailatus Saidah selaku Funding Head pada tanggal 18 Februari 2019 pukul 16.00 WIB berpendapat bahwa proses strategi *Bundling Product* ini sangat menguntungkan dan direkomendasikan seperti yang dijelaskan di bawah ini:

“dalam proses strategi *Bundling Product* ini sangat mudah dilakukan dalam penerapannya selain itu juga dapat menguntungkan buat perusahaan karena mengurangi biaya promosi kan produknya tinggal di *Bundling Product*kan saja tanpa harus promosi sendiri-sendiri ulang selain mengurangi biaya promosi juga lebih hemat waktu dalam proses penjualannya sekali jalan bisa menjual beberapa produk”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa cara memasarkan suatu produk dapat dilakukan dengan strategi *Bundling Product*. Dimana menawarkan beberapa produk secara bersama kepada calon customer dengan melihat peluang yang ada dipasar. Agar suatu produk baru yang dimiliki oleh suatu perusahaan itu dapat terjual maka harus memiliki strategi khusus untuk mencapai tujuannya. Dan strategi *Bundling Product* di pilih karena strategi ini dianggap lebih efisien dari strategi lainnya dan lebih menguntungkan.

4.1.5.3 Nasabah Priorita/Nasabah Prima

Nasabah Priorita/Nasabah Prima di BNI Syariah merupakan nasabah yang memiliki dana lebih di BNI Syariah selain memiliki dana lebih. Nasabah prioritas adalah nasabah yang memiliki rekening di BNI Syariah melalui kerjasama dengan

instansi lainnya, maupun dengan pembukaan rekening secara individu atau reguler. seperti dari hasil wawancara dari beberapa informan dibawah ini :

Hasil wawancara dengan Ibu Rika Indah selaku *Direct Sales* pada tanggal 08 Oktober 2018 pukul 15.30 WIB yang menambahkan tentang Nasabah prioritas sebagai berikut :

“Nasabah prioritas itu biasanya disini fasilitasnya disebut zamrud kan ada banyak kategori dari nasabah biasa dan lain-lainnya itu lah nasabah prioritas biasanya disini disebut zamrud produknya. Orang yang memiliki fasilitas zamrud ini atau nasabah prioritas itu memiliki simpanan dana di BNI Syariah minimal setoran awal Rp. 25.000.0000 dan dana mengendap minimal Rp. 250.000.000 itu yang mengendap di buku tabungannya. Selain itu kita juga tidak hanya menunggu calon nasabah kita datang ke BNI Syariah kita juga mengajak kerjasama instansi-instansi atau menawarkan kepada kepala instansi tersebut dengan harapan keuangannya instansi tersebut dapat di handle dengan BNI Syariah seperti untuk penyaluran gaji kepada karyawannya itu digunakan dengan rekening BNI Syariah, atau sekarang itu kan SPP dan tunjangan-tunjangan lainnya untuk pegawai negeri kan sudah ada yang menhandle sendiri dari bank lain kita bisa masuk kayak di instansi sekolah sekarang kan ada program nabung sejak dini lah disitu kita bisa bekerjasama dengan instansi tersebut agar seluruh siswa-siswinya membuka rekening di BNI Syariah dalam menjalankan program menabung sejak dini tersebut ini biasanya disebut nasabah *Pre embossed*”.

Selain dari hasil wawancara dengan Ibu Rika Indah, Ibu Lailatus Saidah menambahkan tentang Nasabah Prioritas di BNI Syariah dalam wawancaranya pada tanggal 18 Februari 2019 pukul 16.00 WIB sebagai berikut:

“untuk menjadi nasabah prioritas itu banyak cara diantaranya dengan cara regular seperti buka rekening biasa dengan ketentuan dan syarat sebagai nasabah prioritas atau nasabah prima dengan memiliki dana simpanan yang mengendap minimal Rp. 25.000.000, juga dapat dari *Pre embossed* yang bekerjasama dengan instansi-instansi terkait, dan juga dari *Pre Approve* nasabah yang ditunjuk dan disetujui oleh pihak bank”.

Kesimpulan dari beberapa hasil wawancara diatas bahwa untuk menjadi nasabah prioritas atau nasabah prima BNI Syariah itu bisa melalui regular, *Pre embossed*, *Pre Approve* dengan ketentuan dan syarat-syarat yang telah ditentukan dari Bank itu sendiri.

4.1.5.4 *Hasanah Card Bundling Product* pada Nasabah Prioritas

Hasanah Card Bundling Product pada nasabah prioritas merupakan proses *bundle* produk *Hasanah Card* pada nasabah prima yang menggunakan tabungan prima di BNI Syariah.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Dahlia Hanum selaku *Sales Head* pada BNI Syariah Malang pada tanggal 01 Oktober 2018 pukul 16.00 WIB tentang *Hasanah Card Bundling Product* pada Nasabah Prioritas sebagai berikut:

“Dengan cara mem*Bundling Hasanah Card* pada nasabah prioritas itu mempermudah kami dalam penjualannya selain itu juga untuk menjadi pengguna *Hasanah Card* memiliki ketentuan dengan memilik penghasilan minima Rp. 3.000.000/bulan dan lain sebagainya. Dengan *Bundling* pada nasabah prioritas dimana data-data nasabah dan riwayat nasabah telah terekap di BNI Syariah memudahkan dalam proses pengajuan dan dapat diketahui layak atau tidak nasabah tersebut menerima *Hasanah Card*. Namun memiliki kekurangan ketika nasabah yang telah diajukan dalam penggunaan *Hasanah Card* ketika di setuju oleh pusat pihak nasabah secara tidak kita tahu menolak bahkan tidak menggunakannya dengan baik yang dapat membuat kita merugi dikarenakan semua proses dan konfirmasi ulang sebelum dikeluarkannya *Hasanah Card* dari pihak pusat langsung kepada nasabah tanpa melalui pihak kami dikantor. Dengan ini kami harus rajin-rajin memfollow up kepada nasabah pengajuan *Hasanah Card* untuk mengurangi resiko kerugian. Dikarenakan gak sedikit juga ya nasabah saat kita menawrkan *Hasanah Card* jawabnya iya iya aja dan mau tanda tangan persetujuan dan akad namun saat dikonfirmasi ulang dari pusat menolaknya bahkan sudah dating pun tidak di aktifkan.”

Berbanding terbalik dengan hasil wawancara dengan Ibu Rika Indah selaku *Direct Sales* pada tanggal 08 Oktober 2018 pukul 15.30 WIB, yang hanya menjelaskan kelebihan-kelebihannya saja dalam wawancaranya sebagai berikut :

“kenapa *Hasanah Card* sering kita *Bundling* dengan nasabah prioritas ya karena memberikan keuntungan bagi kami untuk mengejar target penggunaan *Hasanah Card*, apalagi dengan *Pre embossed* itu dengan kerjasama dengan instansi-intansi tidak satu dua lagi melainkan dapat sekali jalan bisa banyak ya kayak kepala KPP malang selatan bisa juga memberikan rekomendasi kepada seluruh oegawainya maupun kerabat-kerabatnya, dan juga kayak program menabung sejak dini dimana kita yang bekerjasama dengan sekolah-sekolah itu kan yang megang ibu-ibunya lah dari situ kan ibu-ibu ya biasanya tertarik juga kan produk seperti ini”.

Berbanding lurus dengan Ibu Rika, Ibu Lailahtus Saidah dalam wawancaranya pada tanggal 18 Februari 2019 pukul 16.00 WIB sebagai berikut:

“strategi *Bundling* itu menurut saya strategi yang mudah dilakukan apalagi kalau nasabah yang sudah menggunakan salah satu produk BNI Syariah seperti nasabah prioritas ini kan termasuk nasabah yang sudah loyal terhadap BNI Syariah kebanyakan kalau kita *Bundling* dengan produk lainnya pun akan lebih mudah menerimanya apalagi produk *Hasanah Card* yang memiliki kelebihan-kelebihannya. Selain itu juga data-data nasabah nya sudah kita miliki jadi tau sudah memenuhi syarat pada umumnya apa belum sebelum kita menawarkan juga *Hasanah Card* ini”.

Sedangkan dari hasil wawancara dengan nasabah prioritas pengguna *Hasanah Card* juga maupun belum sebagai pengguna pun memiliki pendapat yang berbeda-beda berikut hasil wawancara dengan beberapa nasabah:

Hasil wawancara Bapak Fathul Burhanuddin melalui google form pada tanggal 19 Februari 2019 pukul 16.30 WIB menyatakan bahwa :

“Dengan *Bundling Hasanah Card* pada nasabah prioritas menurut saya tidak ada masalah dengan adanya *Bundling* dapat mendukung antar produk”.

Berbanding lurus dengan hasil wawancara Ibu Nela Eliya Saleh melalui google form pada tanggal 19 Februari 2019 pukul 17.42 sebagai berikut:

“Dengan *Bundling Hasanah Card* pada nasabah prioritas menurut saya dapat lebih praktis”.

Berbanding terbalik dengan Bapak Fathul dan Ibu Nela, berikut hasil wawancara dengan Bapak Akhmad Robitul Pada tanggal 19 Februari 2019 pukul 17.48 :

“Dengan adanya *Bundling Hasanah Card* pada nasabah prioritas menurut saya tidak baik dikarenakan dapat mengurangi penjelasan salah satu produk menjadi kurang detail dan menarik”.

Dari kesimpulan hasil wawancara diatas dari berbagai informan dari pihak bank maupun nasabah bahwa mem*Bundling Hasanah Card* pada nasabah prioritas memiliki beberapa kelebihan yang dapat menguntungkan perusahaan dalam menawarkan produk yang dimilikinya dengan keefisienan waktu dan biaya promosi. Namun juga memiliki kekurangan dari penjelasan tentang produk kurang detail pada saat menawarkan produk kepada calon nasabah, dan juga kurang diterimanya nasabah dalam proses ini dimana nasabah juga memiliki banyak sifat ada yang ketika ditawarkan iya dalam keterpaksaan.

Data hasil wawancara dengan beberapa staff BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang dengan beberapa Nasabah BNI Syariah, berikut reduksi dari hasil wawancara dengan triangulasi sumber:

Tabel 4.3

Reduksi Data dengan Triangulasi Sumber

No	Subtema	Sumber	Reduksi Data
1.	<i>Hasanah Card</i>	Informan 1 (Ibu Dahlia)	Kartu pembiayaan yang diterbitkan oleh BNI Syariah yang fungsinya hamper sama dengan kartu kredit yang dikeluarkan oleh bank konvensional namu kartu ini penggunaannya sesuai dengan prinsip Syariah.
		Informan 2 (Ibu Rika)	Kartu pembiayaan yang memiliki fungsi hamper sama dengan kartu kredit yang dikeluarkan oleh bank konvensional namun kartu ini penggunaannya sesuai dengan prinsip Syariah dengan <i>Akad Wadiah, Akad Wadiah, akad Akad Ijarah.</i> yang tidak dapat digunakan untuk transaksi yang melanggar aturan syariat islam seperti dalam transaksi di restaurant yang jelas terdaftar memiliki fasilitas karaoke dalam restaurantnya, selain itu juga restaurant yang terdaftar jelas menyajikan menu non halal didalamnya.
2.	Strategi <i>Bundling</i>	Informan 1 (Ibu Dahlia)	Strategi <i>Bundling</i> di BNI Syariah merupakan strategi dimana menawarkan beberapa produk yang dimiliki oleh perusahaan secara bersamaan.
		Informan 2 (Ibu Rika)	Strategi <i>Bundling</i> itu tindakan dasar yang digunakan dalam menawarkan <i>Hasanah Card</i> dengan cara menawarkan bersamaan dengan produk lainnya. Dengan <i>Bundling</i> maka <i>Hasanah Card</i> memiliki peluang untuk ditawarkan kepada konsumen. Selain itu juga dengan strategi ini penjualan lebih efisien. Strategi <i>bundling</i> produk hasanah card selain pada nasabah prioritas

			juga dapat produk flexi umroh dan pembiayaan KPR.
		Informan 3 (Ibu Lailahtus)	Strategi <i>Bundling</i> menurut saya sama seperti <i>cross selling</i> menawarkan salah satu produk/jasa dengan menawarkan produk lainnya. Selain itu strategi <i>Bundling</i> itu strategi yang efisien dapat mengurangi biaya promis karena menjual beberapa produk secara langsung bersamaan.
3	Nasabah Prioritas	Informan 2 (Ibu Rika)	Nasabah prioritas atau nasabah prima itu nasabah yang memiliki dana simpanan di BNI Syariah minimal Rp 25.000.000, selain itu jenis nasabah prioritas atau nasabah prima disini ada <i>Pre Approve</i> dan preembossed dimana <i>Pre Approve</i> itu nasabah dari pengguna produk KPR yang telah disetujui oleh pihak bank untuk mendapatkan fasilitas yang sama, dan preembossed itu nasabah prioritas yang didapatkan dari kerjasama dengan instansi seperti pimpinan tersebut memiliki rekening di BNI Syariah sehingga seluruh pegawainya direkomendasikan membuka rekening juga di BNI Syariah.
		Informan 3 (Ibu Lailatus)	Nasabah prioritas merupakan nasabah yang memiliki dana simpanan minimal Rp. 25.000.000 dan memiliki fasilitas lebih dari nasabah biasa. Bisa nasabah biasa yang memiliki dana simpanan sesuai dengan ketentuan syarat, bisa juga dari kerjasama BNI Syariah dengan instansi terkait dan juga dari hasil <i>Pre Approve</i> yaitu nasabah yang ditunjuk atau disetujui oleh pihak bank sebagai nasabah prioritas.
4	<i>Hasanah Card Bundling</i> pada Nasabah Prioritas	Informan 1 (Ibu Dahlia)	Dengan cara mem <i>Bundling Hasanah Card</i> pada nasabah prioritas itu mempermudah kami dalam penjualannya selain itu juga untuk menjadi pengguna <i>Hasanah Card</i> memiliki ketentuan dengan memilik

			<p>penghasilan minima Rp. 3.000.000/bulan dan lain sebagainya. Dengan <i>Bundling</i> pada nasabah prioritas dimana data-data nasabah dan riwayat nasabah telah terrekap di BNI Syariah memudahkan dalam proses pengajuan. Namun memiliki kekurangan ketika nasabah yang telah diajukan dalam penggunaan hasnah card ketika di setujui oleh pusat pihak nasabah secara tidak kita tahu menolak bahkan tidak menggunakannya dengan baik yang dapat membuat kita merugi dikarenakan semua proses dan konfirmasi ulang sebelum dikeluarkannya <i>Hasanah Card</i> dari pihak pusat.</p>
		Informan 2 (Ibu Rika)	<p>Dari <i>Bundling</i> pada nasabah prioritas dari <i>Pre embossed</i> memiliki peluang yang sangat besar dalam penawaran <i>Hasanah Card</i> kepada nasabah dengan cara memberikan fasilitas walau semua tetap saja dengan proses pengajuan dan penilaian dari pusat. Dengan cara mem<i>Bundling</i> selain memiliki peluang juga kita dengan waktu yang sama dapat menawarkan beberapa produk lebih efisien dan dapat emningkatkan pengguna hansasnah card.</p>
		Informan 3 (Ibu Lailatus)	<p>Dengan <i>Bundling</i> pada nasabah prioritas tidak ada kata kekurangan dalam <i>Bundling</i> adanya hanya kelebihan. Dimana nasabah prioritas adalah nasabah yang sudah loyal dengan BNI Syariah maka dengan mudah ketika kita <i>Bundling</i> dengan produk apapun yang kita tawarkan kepada nasabah sehingga lebih memudahkan dalam penjualan. Dan selain lebih mudah dalam menawarkan hasnah card juga lebih hemat dalam pengeluaran biaya promosi.</p>

		Informan 4 (Bapak Fathul)	Dengan <i>Bundling Hasanah Card</i> pada nasabah prioritas menurut saya tidak ada masalah dengan adanya <i>Bundling</i> dapat mendukung antar produk.
		Informan 5 (Ibu Nela)	Dengan <i>Bundling Hasanah Card</i> pada nasabah prioritas menurut saya dapat lebih praktis.
		Informan 6 (Bapak Akhmad)	Dengan adanya <i>Bundling Hasanah Card</i> pada nasabah prioritas menurut saya tidak baik dikarenakan dapat mengurangi penjelasan salah satu produk menjadi kurang detail dan menarik.

Sumber: Data diolah, 2019

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Strategi *Bundling Product Hasanah Card* pada nasabah prioritas ini mengacu pada hasil wawancara dari pihak BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang dan juga para nasabah. Selanjutnya akan dikaitkan dengan teori yang digunakan peneliti. Secara garis besar strategi *Bundling* merupakan tindakan dasar yang dilakukan dalam proses pemasaran produk maupun jasa dengan cara menawarkan dua atau lebih produk maupun jasa secara paket (Stremersch dan Tellis, 2002:57).

4.2.1 *Hasanah Card*

Hasanah Card merupakan salah satu kartu kredit berbasis syariah yang dikeluarkan oleh BNI Syariah. *Hasanah Card* ini kartu pembiayaan yang berfungsi seperti kartu kredit yang diterbitkan oleh bank konvensional namun kartu ini berdasarkan prinsip syariah, yaitu dengan sistem perhitungan biaya yang bersifat tetap, adil, transparan dan kompetitif tanpa bunga. Selain itu kartu ini juga tidak

mendorong pengeluaran yang berlebihan (*israf*). Yang dimaksud tidak mendorong pengeluaran yang berlebihan adalah *hasanah card* ini tidak dapat digunakan di semua tempat sehingga ketika digunakan transaksi tidak bebas yaitu tidak dapat digunakan di semua EDC yang terdaftar di BNI induk dikarenakan EDC yang digunakan di BNI Syariah masih ikut dengan induknya. Apalagi di resto-resto yang menyajikan makanan non halal dan resto yang tersedia tepat karaoke otomatis tidak dapat digunakan. Sebagaimana dalam firman Allah SWT Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya :

“Hai anak Adam, pakailah pakaian kalian yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” Qs. Al-A'raf/ 7:4)

Jadi dari ayat diatas bermakna bahwa Allah SWT tidak menyukai perbuatan-perbuatan yang berlebihan. Sehingga *Hasanah Card* ini hanya bisa digunakan transaksi yang sesuai syariah islam saja.

Karena kartu *Hasanah Card* ini memiliki fungsi yang sama seperti kartu kredit sehingga diterima di seluruh tempat bertanda MasterCard dan semua ATM yang bertanda CIRRUS di seluruh dunia. Dasar yang dipakai dalam penerbitan *Hasanah Card* adalah fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 54/DSN/MUI/X/2006 mengenai syariah card berikut ketentuan Fatwa berdasarkan Fatwa DSN No. 54/DSN-MUI/X/2006 akad *Hasanah Card* terdiri dari 3 jenis, yaitu: *akad kafalah*, *qard*, dan *akad ijarah*.

Bunyi fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 54/DSN/MUI/X/2006 tentang Syariah Card sebagai berikut :

- 1) Bahwa dalam rangka memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi dan penarikan tunai, bank syariah dipandang perlu menyediakan sejenis kartu kredit, yaitu alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelian dan atau untuk melakukan penarikan tunai, di mana kewajiban pembayaran pemegang kartu dijamin dan dipenuhi terlebih dahulu oleh *acquirer* atau penerbit, dan pemegang kartu berkewajiban melakukan pelunasan kewajiban pembayaran tersebut kepada penerbit pada waktu yang disepakati secara angsuran.
- 2) Bahwa kartu kredit yang ada menggunakan sistem bunga (*interest*) sehingga tidak sesuai dengan prinsip syariah.
- 3) Bahwa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas kartu yang sesuai syariah, DSN-MUI memandang perlu menetapkan fatwa tentang syariah card yang fungsinya seperti kartu kredit untuk dijadikan pedoman.

Dari hasil wawancara dengan pihak bank dan dari surat yang telah dijelaskan dalam fatwa DSN tentang syariah card. Sesuai dengan ketentuan dan fungsinya yang telah dijelaskan diatas maka kartu ini merupakan salah satu produk guna penyaluran dana kepada nasabah seperti halnya fungsi bank yaitu

menghimpun dan menyalurkan dana. Kartu ini berfungsi untuk mempermudah transaksi nasabah dengan fasilitas yang memadai dan sesuai dengan prinsip syariah yaitu dengan sistem perhitungan biaya yang bersifat tetap, adil, transparan dan kompetitif tanpa bunga dan juga kejelasan dalam akad didepan seperti yang dijelaskan diatas.

Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai dalam perniagaan yang tidak memiliki kejelasan prosesnya tanpa akad yang sesuai. Dalam Firman Allah SWT Al-Qur'an Surah An Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ، وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ، إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman. Jangan lah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Qs. An-Nisa/ 4:29)

Makna dari ayat Al-Qur'an diatas menyebutkan bahwa dalam proses perniagaan sebelum terjadinya jual beli maka harus ada akad yang jelas atas dasar suka sama suka tanpa ada unsur paksaan. Jadi saat sebelum akad berlangsung sebaiknya pihak bank menjelaskan secara rinci terlebih dahulu tentang produk yang bersangkutan dan ketika akad harus ada transparansi tentang biaya-biaya yang akan ditanggung nasabah dan yang wajib dibayarkan dikemudian hari setelah menggunakan kartu pembiayaan ini.

Selain tentang proses perniagaan transaksi yang jelas untuk menjadi pengguna *hasanah card* ini juga ada ketentuan syarat yang harus dipenuhi oleh calon nasabah pengguna berikut diantaranya :

- 1) Penghasilan minimum Rp 36.000.000/tahun atau sama dengan Rp 3.000.000/bulan.
- 2) Usia pemegang kartu utama berumur 21 tahun – 65 tahun.
- 3) Usia pemegang kartu tambahan berumur 17 tahun – 65 tahun.
- 4) Dengan kelengkapan dokumen sebagai berikut :
 - a. Fotokopi Identitas (KTP/SIM/Pasport) untuk karyawan/TNI/polisi, Dokter/professional lainnya, maupun pengusaha.
 - b. Bukti penghasilan (slip gaji, SPT atau bukti penghasilan lainnya) untuk karyawan/TNI/polisi, Dokter/professional lainnya, maupun pengusaha.
 - c. Fotokopi akte pendirian/SIUP/TDP bagi pengusaha
 - d. Surat Izin Profesi untuk dokter/professional lainnya sealian pengusaha. Karyawan/TNI/polisi.
 - e. NPWP untuk karyawan/TNI/polisi, Dokter/professional lainnya, maupun pengusaha.

Dari syarat umum yang telah dijelaskan diatas calon nasabah pengguna *Hasanah Card* harus memenuhinya agar dalam proses pengajuan *hasanah card* dapat segera diproses. Dari syarat yang telah ditentukan oleh pihak bank guna dalam memudahkan untuk mengetahui data calon nasabah sehingga bank mengetahui calon nasabah tersebut apakah layak untuk mendapatkan *hasanah card*

dan mampu membayar pembiayaan yang wajib dibayarkan dikerana kan apapun fasilitas dan pinjaman yang diberikan bank nasabah wajib mengembalikannya karena pinjaman tersebut adalah hak milik bank yang harus dikasihkan. Seperti yang telah dijelaskan dalam Hadist Nabi SAW:

الْغَارِيَةُ مُؤَدَّةٌ وَالرَّعِيمُ

Artinya:

“Pinjaman itu wajib dikembalikan dan orang-orang yang menanggung sesuatu harus membayar.”

Sehingga pihak bank sebelum meneruskan pengajuan *hasanah card* lebih lanjut pihak bank harus benar-benar mendata apakah calon nasabah tersebut bisa mengembalikan pinjaman pembiayaan tersebut sesuai dengan hadits diatas bahwa peminjam wajib mengembalikannya.

4.2.2 Proses Strategi *Bundling Product*

Strategi pemasaran *hasanah card* yang digunakan dalam proses pemasarannya oleh BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang adalah strategi *Bundling Product*. Dimana strategi *Bundling Product* ini merupakan strategi yang menjual atau menawarkan beberapa produk maupun jasa secara bersamaan. Dengan dipilihnya strategi ini diharapkan memberi kebaikan untuk perusahaan meningkatkan pendapatan dan mengurangi defisit akibat kurangnya produk terjual atau penggunaan jasa yang disediakan di BNI Syariah.

Sesuai dengan Al-Qur'an Surah Al-Zalzalah ayat 7-8:

﴿ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴾ ﴿ فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴾

Artinya:

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya (7). Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya (8).” (Qs. Al-Zalzalah/ 99:7-8)

Makna dari ayat Al-Qur'an diatas bahwa strategi apapun yang digunakan dalam perniagaan atau pemasaran demi kebaikan perusahaan maka orang yang menjalankannya (pihak bank atau staff pemasaran dalam perusahaan) akan mendapatkan balasan oleh Allah SWT walau kebaikan yang dilakukannya hanya sebesar *dzarrah*.

Untuk menjalankan strategi ini dengan baik maka perusahaan harus memperhatikan betul proses perniagaannya kepada calon nasabah ataupun yang sudah menjadi nasabah diantaranya.

1. Menjaga komunikasi yang baik dengan calon nasabah maupun nasabah.

Dalam firman Allah SWT Al-Qur'an Surah An Nisa ayat 9:

﴿ وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴾

Artinya:

“Dan hendaklah orang-orang takut kepada Allah, bila seandainya mereka meninggalkan anak-anaknya, yang dalam keadaan lemah, yang mereka khawatirkan terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan mengucapkan yang benar.” (Qs. An-Nisa’/4:9)

Dari surah tersebut bermakna maka Allah berfirman menajdikan lah orang yang berakta baik dan jujur agar selamat di dunia dan akhirat. Yang dimaksud disini komunikasi dengan baik, benar, dan jujur sangatlah penting bagi orang dalam memasarkan produk maupun jasa agar calon nasabah atau nasabah kita dapat loyal dan percaya apa yang kita tawarkan dan mengetahui secara baik barang yang kita tawarkan walau kita menawarkan lebih dari satu produk maupun jasa.

2. Tidak melakukan paksaan kepada calon nasabah untuk membeli produk atau jasa yang kita tawarkan.

Dalam firman Allah SWT Al-Qur'an Surah An Nisa ayat 4:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.” (Qs. An-Nisa’/4:4)

Dengan pedoman ayat Al-Qur'an tersebut walau kita telah memilih strategi *Bundling Product* adalah strategi yang baik untuk proses perniagaan ini, tidak lah sebagai marketer memaksa calon nasabah untuk membeli semua produk yang ditawarkan secara paket atau bersamaan tersebut. Karena sesungguhnya perniagaan dengan paksaan itu dilarang oleh Allah SWT dalam Surah An Nisa ayat 4.

4.2.3 Nabsabah Prioritas

Nasabah Prioritas/Nasabah Prima BNI Syariah merupakan nasabah yang berbeda dengan nasabah biasa dimana nasabah yang memiliki tabungan prioritas dengan *akad mudharabah* dan *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahannya sebagai nasabah segmen *high networth individuals* secara perorangan dalam mata uang rupiah dengan bagi hasil 23% nasabah 77% bank.

Dijelaskan dalam firman Allah tentang pelayanan *excellent* dalam Al-Qur'an Surah Al Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincangkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (Qs. Al Baqarah/ 2:267)

Dari makna diatas maka diharapkan seseorang memberikan pelayan yang terbaik untuk melayani orang yang telah berusaha memberikan yang terbaik. Yang dimaksud adalah diharapkan pihak bank memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan firman Allah SWT kepada nasabah prima. Walau begitu juga nasabah prima telah meberikan kepercayaan dana yang dimilikinya untuk disimpan di perusahaan tersebut. Selain itu juga dari pelayanan yang diberikan dengan baik nasabah akan merasana senang dan akan loyal kepada bank sehingga dapat memberikan

keuntungan kepada bank untuk merekomendasikan keteman keluarga dan kerabatnya. Dan juga akan memberikan dampak baik kepada produk-produk lainnya.

4.2.4 Strategi *Bundling Product Hasanah Card* pada Nasabah prioritas.

Dari hasil wawancara dari berbagai pihak diatas dengan teori yang telah ditulis dimana strategi *bundling hasanah card* pada nasabah prioritas merupakan cara dasar dalam proses pemasaran yang digunakan dalam memasarkan *hasanah card* kepada para pengguna layanan nasabah prima. Strategi ini dipilih untuk diaplikasikan sebagai langkah dasar dalam pemasarannya karena dinilai memberi keuntungan lebih dalam proses pemasarannya yaitu diantaranya dapat mengurangi resiko defisit produk, dapat menghemat pengeluaran karena tanpa harus susah-susah mengeluarkan biaya promosi setiap produknya, dan juga dapat lebih efisien waktu. Selain dengan kelebihan strategi yang dipilih dari masing-masing produk memberikan manfaat pendukung dari *hasanah card* memberikan manfaat untuk menambah fasilitas yang diberikan kepada nasabah prioritas. Sedangkan dari nasabah prioritas kepada *hasanah card* dapat membantu keberlangsungan peningkatan penjualan atau peningkatan pengguna *hasanah card* dikarenakan dari hasil data prioritas dapat membantu untuk mendeteksi kelayakan nasabah tersebut apakah layak untuk menjadi pengguna *hasanah card* sebelum melakukan pengajuan. Seperti halnya syarat umum yang telah dijelaskan diatas salah satunya calon pengguna *hasanah card* harus memiliki pendapatan minima Rp36,000,000/tahunnya yang setara dengan Rp 3,000,000/bulan dinilai sebagai nasabah prioritas dapat memenuhi salah satu syarat tersebut sehingga memudahkan dalam proses penyeleksian data kelayakan.

Namun berbeda hasil dari atas ada pula kontra dengan kemudahan dan keefisienan strategi *bundling* ini untuk *bundling hasanah card* pada nasabah prioritas ini ketika ada nasabah yang merasakan keterpaksaan atau tidak mendengarkan dengan baik saat pihak marketer menawarkan produk *bundling* nya sehingga nasabah dengan ketidak relaan mengeiyakan saat proses penawaran produk tersebut terjadi juga mengakibatkan kerugian untuk perusahaan. Memang nasabah atau customer memiliki sifat yang berbeda-beda dari situ niat berlangganan juga penting untuk diperhatikan oleh pihak perusahaan untuk mengurangi resiko yang akan terjadi. Dengan *service* prima yang diberikan kepada nasabah prioritas diharapkan membuat nasabah tersebut memiliki niat untuk berlangganan sehingga dapat merekomendasikan kepada sanak keluarga, kerabat, dan lainnya.

Telah dijelaskan dalam firman Allah SWT Surah An Nisa ayat 4:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.” (Qs. An-Nisa’/4:4)

Sehingga seorang marketer yang menawarkan bebrapa produk tidak diperbolehkan untuk memaksakan kepada nasabah jika nasabah tidak menghendaki produk *bundling* yang ditawarkan. Selai itu juga sebagai nasabah sebaiknya menghargai terlebih dahulu sampe marketer selesai menjelaskan penawaran yang diberikan seperti yang telah dijelaskan dalam hadits Rasulullah SAW bersabda :

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya :

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.”

Dijelaskan dalam hadits diatas Rasulullah menganjurkan kepada umat islam agar menjadi manusia yang baik untuk sesamanya dan makhluk lainnya. Hal ini dapat menjadi penilaian apakah sudah menjadi mukmin yang baik memiliki banyak manfaat untuk lainnya atau malah menjadi parasit. Keterhubungannya dengan perilaku nasabah yang telah dijelaskan diatas bahwa sebaik-baiknya manusia masih menghargai dan bisa berbuat baik kepada sesamanya mungkin dari penawaran tersebut dapat memberikan manfaat kepadanya di masa akan datang dan tidak memiliki perasangka buruk terlebih dahulu.

Adapun juga dari hasil wawancara memiliki kontra dalam proses pemasaran ini yang menyatakan bahwa dengan strategi di *bundling* tidak efisiennya penyampaian tentang produk yang ditawarkan.

Dalam penerapan strategi *bundling* produk *hasanah card* ini tidak hanya pada nasabah prioritas melainkan juga pada produk flexi umroh dan pembiayaan KPR, berikut perbedaan dalam penerapannya.

Tabel 4.4

Perbedaan Penerapan Strategi Bundling Produk

No.	Produk Utama	Produk Bundling	Penerapan Strategi Bundling
1.	Hasanah Card	Nasabah Prioritas	Dengan diterapkan <i>bundling hasanah card</i> pada nasabah prioritas nasabah mendapatkan penawaran dari marketer dengan fasilitas tambahan untuk mempermudah transaksi kebutuhan sehari-harinya dengan kemudahan akses pengajuan kartu tersebut apalagi ketika nasabah prioritas itu ada pada level diatas.
2.	Hasanah Card	Flexi Umroh	Dengan diterapkan <i>bundling hasanah card</i> pada flexi umroh marketer memberika penawaran fasilitas tambahan jika membeli produk <i>hasanah card</i> ini sekaligus dengan kemudahan akses pembayaran cicilan umroh dan jika memilih <i>hasanah card</i> kelas platinum akan dapat fasilitas di bandara.
3.	Hasanah Card	Pembiayaan KPR	Dengan diterakan strategi <i>bundling</i> pada pembiayaan KPR jika nasabah membeli <i>hasanah card</i> ini juga sekaligus marketer menawarkan pemberian fasilitas cicilan 0% untuk tanggungan pembayaran rumahnya.

Table 4.5

Triangulasi Teori

Strategi bundling	Stremersch dan Tellis, 2002:57	(DSN) No. 54/DSN/MUI/X/2006	Al-Qur'an Surah An Nisa ayat 4
Menjual Produk/jasa lebih dari satu secara bersama	<i>Bundling Product</i> merupakan penjualan dua atau lebih produk terpisah dalam satu paket.		
Tidak adanya keterpaksaan			<i>Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.</i>
Meberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi dengan prinsip syariah		Bahwa dalam rangka memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi dan penarikan tunai, Bank Syariah dipandang perlu menyediakan sejenis Kartu Kredit, yaitu alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelian dan atau untuk melakukan penarikan tunai, di mana	

		kewajiban pembayaran pemegang kartu dijamin dan dipenuhi terlebih dahulu oleh acquirer atau penerbit, dan pemegang kartu berkewajiban melakukan pelunasan kewajiban pembayaran tersebut kepada penerbit pada waktu yang disepakati secara angsuran.	
--	--	---	--

Penerapan strategi *bundling* ini sesuai dengan teori dari Stremersch dan Tellis dimana strategi *bundling* adalah penjualan produk atau jasa lebih dari satu produk bersamaan. Dan sesuai dengan fatwa DSN No. 54/DSN/MUI/X/2006 bahwa fatwa ini diturunkan tentang dibolehkannya adanya Syariah card ini untuk mempermudah transaksi dengan berbasis Syariah. Dan juga sesuai dengan QS. An Nisa ayat 4 tidak adanya keterpaksaan antara pembeli dan penjual saat transaksi berlangsung sehingga nasabah bebas memilih membeli produk secara individu maupun secara bundle dengan kemudahan dan kelebihan yang diberikan kepada nasabah. Namun berdasarkan strategi *bundling* yang dilakukan dengan penerapan bundle pada tabungan prima, pembiayaan KPR, flexi umroh cenderung kepada pemilihan produk bundle dengan tabungan prima, dengan kelebihan-kelebihan yang diberikan dari nasabah prima yang memiliki tabungan prima di BNI Syariah dari kelayakan nasabah prima terhadap BNI Syariah jika nasabah tersebut ditawarkan juga fasilitas tambahan saat itu nasabah dapat mempengaruhi minat beli kepada yang lainnya dengan cara merekomendasikan produk tambahan tersebut kepada orang lain yang

biasa disebut minat refrensial. Sesuai dengan teori dari Adrino, 2013:172 minat refrensial adalah kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain. Dan juga nasabah prima ini memiliki beberapa akses kemudahan dalam mengajukan *hasanah card* sendiri dengan ketentuan yang berlaku untuk nasabah kategori *pre approve* dan *pre embossed*.

Gambar 4.3
Data Perjalanan Hasanah Card BNI Syariah



Sumber : BNI Syariah, 2019

Gambar diatas menunjukkan perkembangan *hasanah card* dari tahun ketahun dengan perkembangan fitur yang semakin meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *hasanah card* semakin tahun jaringan yang dimiliki semakin luas sehingga dalam penggunaannya *hasanah card* ini sangat mudah diakses dalam berbagai hal untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari penggunanya. Dari semakin berkembangnya fitur yang diberikan *hasanah card* ini dapat meningkatkan

penggunanya sampai dengan 282.095 pada akhir tahun 2018 dan pada januari 2019 pengguna *hasanah card* sudah menginjak 285. 278. Dari sini memberikan peluang *hasanah card* dapat diminati oleh calon konsumen ketika di tawarkan saat *bundle* terjadi karena nasabah akan merasakan banyak manfaat dari beberapa secara langsung jika membeli secara *bundle* dengan *hasanah card*.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini, *strategy bundling* yang dilakukan BNI Syariah Kantor Cabang Kota Malang pada produk *hasanah card* yaitu *hasanah card* di *bundle* dengan 3 produk diantaranya:

1. Produk tabungan prima

Perusahaan memilih *membundle hasanah card* dengan produk tabungan memiliki alasan tersendiri dalam pemilihan produk *bundlenya*, namun produk tabungan yang dipilih adalah tabungan prima. Dengan penilaian bahwa *bundle* dengan tabungan prima dapat mempermudah memenuhi syarat dalam pengajuan *hasanah card* sehingga *marketer* tidak melakukan kerja dua kali. Dan nasabah dapat merasakan pembelian secara *bundle* ini memberikan fasilitas tambahan dari kemudahannya di bandingkan beli produk secara individual.

2. Produk pembiayaan KPR

Perusahaan memilih *membundle hasanah card* dengan produk pembiayaan KPR ini dengan kemungkinan kemampuan nasabah dalam melakukan pembiayaan maka nasabah dinilai mampu melakukan kewajibannya dalam pelunasan dalam penggunaan *hasanah card*. Dan dari pihak nasabah jika membeli *hasanah card* dalam *bundle* produk pembiayaan ini nasabah juga dapat merasakan kemudahan dalam pembayaran angsuran yang sedang ditempuhya dengan *hasanah card*.

3. Produk Flexi Umroh

Perusahaan mem*bundle hasanah card* dengan produk flexi umroh diharapkan dapat mempermudah nasabah dalam mencapai keinginannya menjalankan ibadah di tanah suci. Jika seorang nasabah membeli produk secara *bundle* nasabah dengan memiliki *hasanah card* dapat membeli produk flexi umroh juga dengan angsuran tabungan umroh dapat dilakukan dengan *hasanah card*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang bisa dijadikan saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu menambahkan teori-teori terkait dengan teori-teori terbaru. Menambahkan informan dari nasabah yang dapat di wawancara secara langsung sehingga untuk menggali sebuah data yang dibutuhkan lebih luas dari hasil wawancara menggunakan google form yang dilakukan dalam pengambilan informasi di penelitian ini.

Dari kekurangan-kekurangan penelitian ini disarankan untuk perbankan khususnya Bank BNI Syariah untuk mempermudah akses untuk menjangkau nasabah dikarenakan dalam penelitian sangat membutuhkan informasi lebih luas dari nasabah untuk mengetahui keakuratan penerapan yang ada dalam bank sebagai subjeknya. Dimana dengan adanya penelitian seperti ini kami dapat membantu mengeksplere apa yang dirasakan nasabah terhadap pelayanan bank yang digunakan. Sehingga bank dapat mengetahui seperti kekurangan atau kelebihan dari layanan dan juga dan mengetahui saran dari nasabah untuk keberlangsungan bank kedepannya.

Berdasarkan temuan yang ada, diharapkan bisa menjadi referensi bagi Lembaga Keuangan Syariah (LKS) lainnya dalam proses pemasaran penjualan produk-produk yang dimiliki agar lebih dikenal oleh masyarakat dan dapat meningkatkan minat masyarakat dalam memilih produk untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk meneruskan kajian ini lebih luas dengan menggunakan objek produk jasa lainnya dikarenakan masih minimnya penelitian tentang strategi *bundling* produk dengan objek produk jasa bukan produk manufaktur.



DAFTAR PUSTAKA

- Adams, William J., Janet L, Yellen. (1976). Commpdity Bundling and The Burden of Monopoly. *The Quarterly Journal of Economics*, 475.
- Andrino, Rachael Iksyan. (2013). Pengaruh Product Bundling Nokia Asha dengan Operator Telkomsel Terhadap Minat Beli Nokia Asha Pada Masyarakat Kota Bandung. *Jurnal Universitas Telkom*, 1.
- Ansari, Asim., Siddarth S., Weinberg, Charles B. (1996). Pricing A Bundle of Product or Services The Case on Nonprofits. *Journal of Marketing*, 33, 86-93.
- Bank Indonesia. (2019). APMK 2018. Dari www.bi.go.id
- Bank Indonesia. (2019). Daftar Bank yang Mengeluarkan Kartu Kredit. Dari www.bi.go.id
- Barrios, P.S.C., Cruz, DE., (2017). A Mixed Integer Programming Optimization of Bundling and Pricing Strategies for Multiple Product Component with Inventory Alocation Considerations. *International Institute of Electrical and Electronic Engineers*.
- Beladey, Moran, Rokach, Lior, Shapirah Dan Bracha. (2016) Recommender System For Product Bundling. *Knowledge-Based System*, 111, 193-206.
- Bugin, Burhan. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: Raja grafindo
- Cermati.com. 24 April 2019 dari www.cermati.com/artikel/mengenal-kartu-kredit-syariah-dan-bank-bank-yang-menerbitkannya
- Convelo G, Cevilla, Dkk. (1993). *Pengantar Metode Penelitian*, Jakarta: Universitas: Indonesia

- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dwi, Vitri., Gaffar, Vanessa., Pancawati, Dewi. (2016). Pengaruh Product Bundling dan Price Bundling Terhadap Keputusan Menginap di D'Batoo Boutique Hotel Bandung. *Journal Tourism and Hospitality Essentials*, 6 (2), 843-848.
- Engel, James F., et. Al. (1995). *Consumer Behavior*, Terjemah oleh Budiyanto (Jilid 1 dan 2). Jakarta: Bina Aksara.
- Estelami, Hooman. (2015). Consumer savings in Complementary Product Bundles. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7 (3), 107-114.
- Fang, yan., Sun, Lijun., Gao, Ying. (2017) Bundle-Pricing Decision Model For Multiple Products. *International Institute of Electrical and Electronics Engineers*.
- Fang, yan., Xiao, Xinyue., Wang, Xiaoyu. (2018). Customized Bundle Recommendation by Association Rules of Product Categories for Online Supermarket. *International Institute of Electrical and Electronics Engineers*.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No.54/DSN-MUI/X/2006 tentang Syariah Card.
- Franco, E.J., Santos, M.C., Suyon, D.E., Cruz, D.E. (2017). Optimization of Product Bundling Strategy Decisions and Inventory Allocation with the Integration of the Degree of Contingency and Dead Stock Levels in a Multiple Time Period Setting. *Konferensi International Institute of Electrical and Electronics Engineers*.
- Guitinan, Joseph P. (1987). The Price Bundling of Services: A Normative Framework. *Journal of Marketing*, 51, 74-85.

- Johnson, Michael., Herman, Andreas., Bauer, Hans H. (1999). The Effects of Price Bundling on Consumer Evaluations Product Offerings. *International Journal of Research in Marketing (IJR)*, 16, 129-142.
- Kartajaya, Hermawan. (2002). The Sustainable Marketing Enterprise: A Bussiness Strategy Model. *Markplus on Strategy*, 59-87.
- Kotler, Philip (2004). *Marketing Management The Millenium Edition*. Englewood Cliffs. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2013), *Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Edisi 13)*. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2005), *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardalis. (1999). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moenir, Ardhan, Izzanul. (2017). Pengaruh Rebranding dan Bundling Produk terhadap Niat Berlangganan Indihome (Studi pada Penduduk Surabaya Barat). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5 (1), 1-11.
- Nazir.(1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Putri, Anggi, Anugrah., Wibowo, Sampurno. (2017). The Influence Of Bundling Strategy On Interest Buying Of Consumer (Case Study At Bee Outbound Bogor). *E-Proceeding Of Applied Science*, 3 (2), 205-212.
- Setiawan, Heri. (2004). Pengaruh Bundling Strategy Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 3 (2), 112-126.

Simon, Herman., Fassnacht, Martin. (1993). Price Bundling. *European Management Journal (EMJ)*, 11, 403-411.

Strememersch, Stefan., Tellis, Gerard J. (2015). Strategic Bundling of Products and Prices: A New System for Marketing, *Journal of Marketing*, 66, 55-72.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Undang-undang no. 21 tahun 2018 tentang Perbankan Syariah

Willig, C. (2008). *Introducing Qualitative Research In Psychology*. England: Open University Press.

www.finansialku.com, Diakses 11 Desember 2018

Xinyu, GE., Yousha, Zhang., Yu, Qian., Hua, Yuan. (2017). Effects of Product Characteristic on The Bundling Strategy Implemented by Recommendation Systems. *International Institute of Electrical and Electronics Engineers*.

Yan Fang, Lijun Sun, Ying Gao. (2017). Bundle Pricing Decision Model For Multiple Products. *Procedia Computer Science*, 112, 2147-2154.

Ye, Li., Xie, Hong., Wu, Weijie., Lui, John. (2017). Mining Customer Valuations to Optimize Product Bundling Strategy. *International Institute of Electrical and Electronics Engineers*.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Elok Nur Hayati
Tempat, tanggal lahir : Gresik, 11 Maret 1997
Alamat Asal : Jl. Sunan Giri Gg. 18C No.10A RT 04/RW 01
Kec. Kebomas, Kab. Gresik
Alamat Kos : Jl. Joyosuko III No. 15, Merjosari, Lowokwaru,
Malang
Telepon/Hp : 081252296503
E-mail : elokhayati2@gmail.com
Instagram : @elokhayati2

Pendidikan Formal

2001-2003 : TK NU 09 Sekar Kedaton Gresik
2003-2009 : MI Masyhadiyah Gresik
2009-2012 : MTs Masyhadiyah Gresik
2012-2015 : MA Masyhadiyah Gresik

Pengalaman Organisasi

- Anggota UKM KSR-PMI Unit UIN Malang tahun 2015
- Koordinator Komunitas Sahabat Pendamping di Devisi Networking 2016-2017
- Anggota Komunitas Entrepreneur Perbankan Syariah UIN Malang tahun 2017
- Anggota Komunitas sosial Hijabee Community Gresik 2014-sekarang

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

PADA SALES HEAD

1. Berikan gambaran secara singkat tentang proses pengajuan dan penjualan Hasanah Card yang ada di BNI Syariah?
2. Dalam bersaing dengan produk sejenis yang di miliki oleh bank konvensional menurut anda selaku consumer sales head strategi dan peluang apa yang tepat di gunakan dalam bersaing di pasar yang bisa dibidang produk Hasanah Card ini produk baru?
3. Apa yang dimaksud dengan Strategi Bundling product yang anda ketahui?
4. Berikan alasan kenapa strategi bundling perlu di gunakan dalam persaingan pasar?
5. Berikan pendapat anda tentang penggunaan strategi bundling dalam produk perbankan?
6. Apa yang dikendalai dalam pemasaran atau penjualan hasanah card kepada calon customer?
7. Berikan pendapat menurut anda produk apa yang tepat atau paling baik memberikan dampak positif dalam penjualan hasanah card?
8. Apa saja kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan strategi bundling produk?

PEDOMAN WAWANCARA

PADA DIRECT SALES

1. Berikan gambaran secara singkat tentang Hasanah Card yang ada di BNI Syariah?
2. Dalam bersaing dengan produk sejenis yang di miliki oleh bank konvensional menurut anda selaku direct sales strategi dan peluang apa yang tepat di gunakan dalam bersaing di pasar yang bisa dibidang produk Hasanah Card ini produk baru?
3. Apa yang dimaksud dengan Strategi Bundling product yang anda ketahui?
4. Berikan pendapat anda tentang penggunaan strategi bundling dalam produk perbankan?
5. Seperti apa penerapan di bank Ibu bekerja tentang penggunaan strategi bundling?
6. Jelaskan tentang nasabah prioritas yang ada di bni Syariah kantor cabang Kota Malang?
7. Bagaimana menurut anda tentang bundling produk hasanah card pada nasabah prioritas?

PEDOMAN WAWANCARA

PADA FUNDING HEAD

1. Saya ingin menanyakan tentang nasabah prioritas di bank bni Syariah ini kan biasanya itu nasabah prioritas setiap bank berbeda-beda?
2. Bagaimana pendapat ibu tentang strategi bundling produk dalam penerapannya?
3. Bagaimana pendapat ibu tentang bundling hasanah card pada nasabah proritas?



Lampiran 3

Hasil Wawancara keseluruhan

1) Hasil Wawancara Informan Bankir

Hasil wawancara Pada Sales Head (Ibu Dahlia Hanum) pada tanggal 01 Oktober 2018 pukul 16.00 WIB

Catatan : (P : Peneliti N: Narasumber)

P: Berikan gambaran secara singkat tentang proses pengajuan dan penjualan Hasanah Card yang ada di BNI Syariah?

N: *Hasanah Card* itu kartu pembiayaan mbak, ya seperti kartu kredit yang diterbitkan sama konvensional namun ini sesuai prinsip Syariah dan bebas dari riba. Apa mbak sudah memiliki brosurnya? Ini mbak di dalam brosur ini sudah di jelaskan sesuai dengan tipenya kan *Hasanah Card* ini ada yang *classic, gold, platinum*. Jadi perhitungan bulannya itu juga bersifat tetap walau di gunakan atau tidak di gunakan selama kartu tersebut telah diaktifkan. Untuk perhitungannya juga disesuaikan di awal dijelaskan satu-satu sesuai dengan yang ada di brosur itu jadi semua transparan didepan ketika akad berlangsung.

P: Dalam bersaing dengan produk sejenis yang di miliki oleh bank konvensional menurut anda selaku consumer sales head strategi dan peluang apa yang tepat di gunakan dalam bersaing di pasar yang bisa dibidang produk Hasanah Card ini produk baru?

N: strategi yang kita gunakan selama ini ya dengan menjual tak hanya menunggu nasabah datang ke kantor namun juga kita yang menejemput bola turun kelapangan untuk detailnya nanti bisa menanyakan dengan direct sales yang biasanya menangani soal ini

P: Apa yang dimaksud dengan Strategi Bundling product yang anda ketahui?

N: Teknik menjual beberapa produk secara bersamaan biasanya kan ya dua perusahaan bekerjasama dengan menjualkan produk masing-masing yang

fungsinya keterkaitan ya sepanjang ini rata-rata antar perusahaan bekerja sama bareng ya mbak tapi ini kan beda kalau dengan produk kami ini sesama milik BNI Syariah.

P: Berikan alasan kenapa strategi bundling perlu di gunakan dalam persaingan pasar?

N: ya memang ya mbak dengan strategi bundling itu mempermudah kita dalam menjual selain itu juga kalau dengan nasabah prioritas kan kita sudah memiliki rekapan data mereka sehingga sebelum pengajuan kami bisa menentukan proses layak tidaknya nasabah tersebut.

P: Berikan pendapat anda tentang penggunaan strategi bundling dalam produk perbankan?

N: ya boleh saja mbak ya seperti yang saya jelaskan tadi sah-sah saja untuk mempermudah penjualan.

P: Apa yang dikendalai dalam pemasaran atau penjualan hasanah card kepada calon customer?

N: ya orang-orang rata-rata berfikir Namanya juga kartu kredit pasti ya sama saja dengan yang lainnya

P: Berikan pendapat menurut anda produk apa yang tepat atau paling baik memberikan dampak positif dalam penjualan hasanah card?

N: semua bisa ya mbak tapi yang sering ya seperti KPR dan nasabah prioritas.

P: Apa saja kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan strategi bundling produk?

N: Namun juga memiliki kekurangan dari kelebihan yang udah saya jelaskan tadi mbak saat kami menawarkan kepada nasabah tersebut nasabah tersebut menyetujui mungkin ya orang kan beda-beda di iyakan saja biar marketernya gak jelasin Panjang-panjang ya disitu rugi kita sudah ngajukan kepusat dan lolos verifikasi setelah dikonfirmasi lang oleh pihak pusat kepada nasabah, nasabah menolaknya.

Hasil wawancara Pada Direct Sales (Ibu Rika Indah) pada tanggal 08 Oktober 2018 pukul 15.30 WIB

P: Berikan gambaran secara singkat tentang Hasanah Card yang ada di BNI Syariah?

N: *Hasanah Card* merupakan suatu produk berupa kartu pembiayaan dengan prinsip Syariah yang menggunakan *akad Kafalah, qardh, Akad Ijarah* yang hanya bisa digunakan transaksi sesuai dengan Syariah dalam artian tidak dapat digunakan transaksi yang melanggar aturan syariat islam. Seperti itu kayak di restoran yang terdaftar di *Electronic Data Capture* (EDC) juga terdaftar memiliki fasilitas karaoke akan secara otomatis *Hasanah Card* ini tidak dapat di gunakan. Selain itu juga restoran yang terdaftar di *Electronic Data Capture* terdapat menu-menu non halal seperti menyajikan *beer* atau pun babi itu juga secara otomatis tidak dapat digunakan. Dan *Hasanah Card* ini mudah dipakai atau *friendly* ketika digunakan dalam perjalanan seperti pariwisata halal terutama bepergian umroh dan haji. Karena ada fasilitas lebih di bandara untuk pemegang kartu *Hasanah Card* ini.

P: Dalam bersaing dengan produk sejenis yang di miliki oleh bank konvensional menurut anda selaku direct sales strategi dan peluang apa yang tepat di gunakan dalam bersaing di pasar yang bisa dibidang produk Hasanah Card ini produk baru?

N: dengan menawarkan produk hasanah card kepada instansi-instansi yang bekerjasama dengan kami jadi mendatangi mereka dan juga biasanya bebarengan dengan team funding juga

P: Apa yang dimaksud dengan Strategi Bundling product yang anda ketahui?

N: produk yang kita tawarkan setelah menawarkan produk lainnya jadi seperti kita habis menawarkan pembukaan rekening atau flexi umroh kita menawarkan hasanah card ini

P: Berikan pendapat anda tentang penggunaan strategi bundling dalam produk perbankan?

N: ya boleh saja menurut saya lebih efisien dengan menggunakan ini

P: seperti apa penerapan di bank Ibu bekerja tentang penggunaan strategi bundling?

N: Ya strategi dalam menjual atau menawarkan *Hasanah Card* selain di jual secara individu juga dijual secara bebarengan dengan produk-produk BNI Syariah lainnya. Dengan melihat peluang saat menawarkan produk lainnya seperti dengan flexi umroh, pembiayaan KPR, maupun produk penghimpunan dana pembukaan rekening. Karena menggunakan strategi *Bundling Product* memiliki banyak peluang untuk menjual *Hasanah Card* sendiri strategi yang lebih efisien dari strategi lainnya. Ya strategi dalam menjualnya *Hasanah Card* itu biasanya ditawarkan bebarengan saat menawarkan kepada Nasabah Prioritas/Nasabah Prima itu kan banyak kategorinya yang di katakan sebagai Nasabah Priorita/Nasabah Prima itu salah satunya seperti parel gaji dimana kita kerjasama sama sebuah instansi otomatis itu kan pegawai-pegawainya semua membuka rekening baru kepada kita. Dimana disitu biasanya kita meiliki peluang untuk menawarkan *Hasanag Card* ini kepada mereka jadi kita gak hanya menangani kerjasama tadi aja juga menjual *Hasanah Card*. Kenapa dalam produk tabungan kita pilih nasabah prima karena ya nasabah prima itu kan orang yang memiliki dana lebih di BNI Syariah dan ada minimal saldo menendap juga otomstis dari data-datanya kita bisa lihat kemampuannya nasabah tersebut layak gak jadi ada kemungkinan besar waktu pengajuan hasanah card bakal di acc.

P: jelskan tentang nasabah prioritas yang ada di bni Syariah kantor cabang Kota Malang?

N: Nasabah prioritas itu biasanya disini fasilitasnya disebut zamrud kan ada banyak kategori dari nasabah biasa dan lain-lainnya itu lah nasabah prioritas biasanya disini disebut zamrud produknya. Orang yang memiliki fasilitas zamrud ini atau nasabah prioritas itu memiliki simpanan dana di BNI Syariah minimal setoran awal Rp. 25.000.0000 dan dana mengendap minimal Rp. 250.000.000 itu yang mengendap di buku tabungannya. Selain itu kita juga tidak hanya menunggu calon nasabah kita dating ke BNI

Syariah kita juga mengajak kerjasama instansi-instansi atau menawarkan kepada kepala instansi tersebut dengan harapan keuangannya instansi tersebut dapat di handle dengan BNI Syariah seperti untuk penyaluran gaji kepada karyawannya itu digunakan dengan rekening BNI Syariah, atau sekarang itu kan SPP dan tunjangan-tunjangan lainnya untuk pegawai negeri kan sudah ada yang menhandle sendiri dari bank lain kita bisa masuk kayak di instansi sekolah sekarang kan ada program nabung sejak dini lah disitu kita bisa bekerjasama dengan instansi tersebut agar seluruh siswa-siswinya membuka rekening di BNI Syariah dalam menjalankan program menabung sejak dini tersebut ini biasanya disebut nasabah *Pre embossed*

P: bagaimana menurut anda tentang bundling produk hasanah card pada nasabah prioritas?

N: Dengan cara mem*Bundling Hasanah Card* pada nasabah prioritas itu mempermudah kami dalam penjualannya selain itu juga untuk menjadi pengguna *Hasanah Card* memiliki ketentuan dengan memiliki penghasilan minima Rp. 3.000.000/bulan dan lain sebagainya. Dengan *Bundling* pada nasabah prioritas dimana data-data nasabah dan riwayat nasabah telah terekap di BNI Syariah memudahkan dalam proses pengajuan dan dapat diketahui layak atau tidak nasabah tersebut menerima *Hasanah Card*. Namun memiliki kekurangan ketika nasabah yang telah diajukan dalam penggunaan *Hasanah Card* ketika di setuju oleh pusat pihak nasabah secara tidak kita tahu menolak bahkan tidak menggunakannya dengan baik yang dapat membuat kita merugi dikarenakan semua proses dan konfirmasi ulang sebelum dikeluarkannya *Hasanah Card* dari pihak pusat langsung kepada nasabah tanpa melalui pihak kami dikantor. Dengan ini kami harus rajin-rajin memfollow up kepada nasabah pengajuan *Hasanah Card* untuk mengurangi resiko kerugian. Dikarenakan gak sedikit juga ya nasabah saat kita menawarkan *Hasanah Card* jawabnya iya iya aja dan mau tanda tangan persetujuan dan akad namun saat dikonfirmasi ulang dari pusat menolaknya bahkan sudah dating pun tidak di aktifkan.

Hasil wawancara Pada Funding Head (Ibu Lailahtus Saidah) pada tanggal 18 Februari 2019 pukul 16.00 WIB

P: saya ingin menanyakan tentang nasabah prioritas di bank bni Syariah ini kan biasanya itu nasabah prioritas setiap bank berbeda-beda?

N: untuk menjadi nasabah prioritas itu banyak cara diantaranya dengan cara regular seperti buka rekening biasa dengan ketentuan dan syarat sebagai nasabah prioritas atau nasabah prima dengan memiliki dana simpanan yang mengendap minimal Rp. 25.000.000, juga dapat dari *Pre embossed* yang bekerjasama dengan instansi-instansi terkait, dan juga dari *Pre Approve* nasabah yang ditunjuk dan disetujui oleh pihak bank.

P: bagaimana pendapat ibu tentang strategi bundling produk dalam penerapannya?

N: dalam proses strategi *Bundling Product* ini sangat mudah dilakukan dalam penerapannya selain itu juga dapat menguntungkan buat perusahaan karena mengurangi biaya promosi kan produknya tinggal di *Bundling Product*kan saja tanpa harus promise sendiri-sendiri ulang selain mengurangi biaya promosi juga lebih hemat waktu dalam proses penjualannya sekali jalan bisa menjual beberapa produk

P: bagaimana pendapat ibu tentang bundling hasanah card pada nasabah prioritas?

N: strategi *Bundling* itu menurut saya strategi yang mudah dilakukan apalagi kalau nasabah yang sudah menggunakan salah satu produk BNI Syariah seperti nasabah prioritas ini kan termasuk nasabah yang sudah loyal terhadap BNI Syariah kebanyakan kalau kita *Bundling* dengan produk lainnya pun akan lebih mudah menerimanya apalagi produk *Hasanah Card* yang memiliki kelebihan-kelebihannya. Selain itu juga data-data nasabahnya sudah kita miliki jadi tau sudah memenuhi syarat pada umumnya apa belum sebelum kita menawarkan juga *Hasanah Card* ini.

- 2) Hasil keseluruhan wawancara dengan nasabah melalui google form
- a. Dengan Bapak Fathul Burhanuddin

9/5/2019

Strategi Bundling Hasanah Card Nasabah Prioritas BNI Syariah Cabang Kota Malang

Strategi Bundling Hasanah Card Nasabah Prioritas BNI Syariah Cabang Kota Malang

Assalamualaikum, saya Elok Nur Hayati dari UIN Malang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Bundling Hasanah Card Nasabah Prioritas BNI Syariah Cabang Malang" mohon bantuannya kepada Ibu/bapak/saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini guna memenuhi penelitian saya, sebelumnya saya ucapkan terimakasih banyak atas waktunya.

Nama *

Fathul Burhanudin

Usia *

38

Pekerjaan *

peg bumh

Sudah berapa lama memakai Hasanah Card *

4 bulan

<https://docs.google.com/forms/d/1iZ6TA0u9plQVCUpRjPjQovr5e-5xGogkY-o7Nahf-k/edit#response=ACYDBNiGYzTKk4X14LpXMPNW92y8OriQu...> 1/3

1. Anda mengetahui adanya/info produk hasanah card dari mana?

- Dari media cetak atau online
- Dari teman/keluarga/kerabat
- Dari sales atau customer service secara langsung menawarkan Hasanah Card
- Dari sales atau customer service ketika melayani anda dengan produk lain (seperti saat anda membuka rekening, pengajuan KPR, dan lainnya) sebutkan

2. Apa alasan anda memilih menjadi pengguna Hasanah card BNI Syariah?

insha Allah tidak riba

3. Apa kelebihan dan kekurangan dari Hasanah card menurut anda?

insha Allah tidak riba

4. Bagaimana Pendapat anda jika Hasanah Card ditawarkan oleh sales atau customer service secara bersamaan dengan produk lainnya yang ada di BNI Syariah? Berikan alasan

tidak ada masalah, tambah bisa mendukung antar produk..

5. Berikan kritik dan saran untuk Hasanah card kedepannya agar lebih baik lagi

sudah baik pelayanan nya,, hanya saja dalam 3 bulan terakhir saya tidak terima email tagihan,.. dibulan pertama saja terima email tagihan..

b. Dengan Ibu Nela Eliya

9/5/2019

Strategi Bundling Hasanah Card Nasabah Prioritas BNI Syariah Cabang Kota Malang

Strategi Bundling Hasanah Card Nasabah Prioritas BNI Syariah Cabang Kota Malang

Assalamualaikum, saya Elok Nur Hayati dari UIN Malang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Bundling Hasanah Card Nasabah Prioritas BNI Syariah Cabang Malang" mohon bantuannya kepada Ibu/bapak/saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini guna memenuhi penelitian saya, sebelumnya saya ucapkan terimakasih banyak atas waktunya.

Nama *

Nela eliya saleh

Usia *

38

Pekerjaan *

Karyawan swasta

Sudah berapa lama memakai Hasanah Card *

1 tahun

https://docs.google.com/forms/d/1IZ6TA0u9piQVCUcpRjpJQovr5e-5xGogkY-o7Nahf-k/edit#response=ACYDBNgRbokg8FG_u4aY7XuWzGIXecuOa5ik... 1/3

1. Anda mengetahui adanya/info produk hasanah card dari mana?

- Dari media cetak atau online
- Dari teman/keluarga/kerabat
- Dari sales atau customer service secara langsung menawarkan Hasanah Card
- Dari sales atau customer service ketika melayani anda dengan produk lain (seperti saat anda membuka rekening, pengajuan KPR, dan lainnya) sebutkan

2. Apa alasan anda memilih menjadi pengguna Hasanah card BNI Syariah?

Pengen pny cc yg berbasis syariah

3. Apa kelebihan dan kekurangan dari Hasanah card menurut anda?

Kelebihannya syariah kekurangannya tdk banyak menawarkan potongan/cicilan 0% di toko2

4. Bagaimana Pendapat anda jika Hasanah Card ditawarkan oleh sales atau customer service secara bersamaan dengan produk lainnya yang ada di BNI Syariah? Berikan alasan

Bisa, agar lebih praktis sekali

5. Berikan kritik dan saran untuk Hasanah card kedepannya agar lebih baik lagi

Lebih banyak lagi diskon atau pembayaran 0% bekerjasama dengan toko-toko terkemuka

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

c. Dengan Bapak Akhmad Robitul

9/5/2019

Strategi Bundling Hasanah Card Nasabah Prioritas BNI Syariah Cabang Kota Malang

Strategi Bundling Hasanah Card Nasabah Prioritas BNI Syariah Cabang Kota Malang

Assalamualaikum, saya Elok Nur Hayati dari UIN Malang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Bundling Hasanah Card Nasabah Prioritas BNI Syariah Cabang Malang" mohon bantuannya kepada Ibu/bapak/saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini guna memenuhi penelitian saya, sebelumnya saya ucapkan terimakasih banyak atas waktunya.

Nama *

Akhmad Robitul

Usia *

28

Pekerjaan *

Karyawan Swasta

Sudah berapa lama memakai Hasanah Card *

Belum Punya

1. Anda mengetahui adanya/info produk hasanah card dari mana?

- Dari media cetak atau online
- Dari teman/keluarga/kerabat
- Dari sales atau customer service secara langsung menawarkan Hasanah Card
- Dari sales atau customer service ketika melayani anda dengan produk lain (seperti saat anda membuka rekening, pengajuan KPR, dan lainnya) sebutkan

2. Apa alasan anda memilih menjadi pengguna Hasanah card BNI Syariah?

Belum punya

3. Apa kelebihan dan kekurangan dari Hasanah card menurut anda?

Tidak Tahu

4. Bagaimana Pendapat anda jika Hasanah Card ditawarkan oleh sales atau customer service secara bersamaan dengan produk lainnya yang ada di BNI Syariah? Berikan alasan

Kurang baik, lebih baik menawarkan satu produk dengan detail agar lebih jelas dan menarik

5. Berikan kritik dan saran untuk Hasanah card kedepannya agar lebih baik lagi

memberikan sosialisasi dan pelayanan yang lebih baik

Lampiran 4 Dokumentasi

1) Gambar Brosur



2) Form Pendaftaran Hasanah Card

The registration form is divided into several sections:

- Identifikasi Diri (Personal Information):** Includes fields for full name, date of birth, gender, and marital status.
- Alamat (Address):** Fields for residential address, city, province, and postal code.
- Identifikasi Kontak (Contact Information):** Fields for phone number and email address.
- Identifikasi Pekerjaan (Occupation):** Fields for job title and employer name.
- Identifikasi Pendidikan (Education):** Fields for highest education level and institution name.
- Identifikasi Kartu (Card Information):** Fields for preferred card type and activation options.
- Identifikasi Lain (Other Information):** Fields for additional contact information and preferences.
- Identifikasi Marketing (Marketing Information):** Fields for name and phone number for marketing purposes.
- Identifikasi Lain (Other Information):** Fields for name and phone number for other purposes.

3) Bukti jumlah peningkatan hasanah card



4) Form Pendaftaran Rekening baru

FORMULIR PEMBUKAAN REKENING PERORANGAN **BNI Syariah**

Mohon diisi dengan huruf cetak dan beri ✓ pada kotak pilihan

Jenis Nasabah: Baru Eksisting

Nomor rekening perorangan untuk mengisi tagihan yang tertera di rekening dan atau CIF yang tertera jika ada

DATA NASABAH/CI (PERORANGAN)

Nama Lengkap (sesuai tanda pengenal)

Data Pribadi

Jenis Kelamin: Laki-laki Perempuan

Kewarganegaraan: WNI WNA, Negara asal: _____

Tanda Pengenal: KTP KMLN

Paspor (jika ada) KITAS/KITAP/KITAS/Rufarensial

Akta Lahir/Kartu Keluarga/Kartu Mahasiswa

Normal

Berth (usia): tgl bln thn

Seumur Hidup

Tempat Lahir: tgl bln thn

Status Pernikahan: Lajang Menikah Janda/Duda

Agama: Islam Kristen Katolik Buddha Hindu Kong Hu Cu

Pendidikan: SD Diploma S1 S2

SWTP: SMA S1 S2

SWTP: Ada Tidak Ada

Tempat: _____

Domisili Pajak selain di Indonesia: Ada Tidak Ada

Negara: _____ No. Pajak Lika-Adi: _____ No. Pajak Lika-Adi: _____ No. Pajak Gila-Adi: _____

Nama Gada Ibu Kandung: _____

Alat: Olesraga Cromoni Jutan-Jutan Sen Balaksa Lainnya

Data Alamat Tempat Tinggal

Alamat sesuai tanda pengenal (copy tanda pengenal terlampir)

Alamat Tempat Tinggal Terkini (jika hanya jika berbeda dengan Tanda Pengenal)

Untuk Alamat Tempat Tinggal Terkini di Indonesia:

RT/RW: _____ / _____

Desa/Kelurahan: _____ Kecamatan: _____ Kota: _____ Kode Pos: _____

Jarak/Alamat: _____ Untuk Alamat Tempat Tinggal Terkini di Negara Lain apabila ada:

Jarak/Alamat: _____ Nama Kota: _____ Provinsi/Negara: _____ Nama Negara: _____ Kode Pos: _____

Data Nomor Telepon & Email

No. Telp Rumah: _____ No. Telp Kantor: _____ No. HP: _____ No. Email: _____

Data Pekerjaan

Pegawai / Mahasiswa Tani / Petani SW/MS/UMMD

Tidak Bekerja / Tanggale Pegawai Swasta Profesional

Wirausaha Pegawai Swasta Lainnya

Data Perusahaan/Instansi Tempat Bekerja

Nama Kantor: _____ Alamat Kantor: _____ Kota: _____ Kode Pos: _____

Jabatan: _____ Mula Bekerja: _____ thn _____ thn

Penghasilan per Bulan

< Rp 3 j Rp 20 j - Rp 50 j

Rp 3 j - Rp 5 j Rp 50 j - Rp 100 j

Rp 5 j - Rp 10 j Rp 100 j - Rp 500 j

Rp 10 j - Rp 20 j > Rp 500 j

Penghasilan per Tahun

< Rp 30 j Rp 240 j - Rp 500 j

Rp 30 j - Rp 60 j Rp 600 j - Rp 1.2 M

Rp 60 j - Rp 120 j Rp 1.2 M - Rp 6 M

Rp 120 j - Rp 240 j > Rp 6 M

Pihak Lain yang Dapat Dihubungi

Nama: _____ No. Telepon: _____

VERIFIKASI US INDICIA

1. Lahir di Amerika Serikat Ya Tidak

2. Berkebangsaan Amerika Serikat Ya Tidak

3. Memiliki Green Card dan Amerika Serikat Ya Tidak

DATA PEMILIK MANFAAT (BENEFICIAL OWNER)

Isi apabila data pekerjaan nasabah adalah Pegawai/Mahasiswa atau Ibu Rumah Tangga atau Tidak Bekerja

Hubungan dengan Pemilik Manfaat:

Nama Pemilik Manfaat: _____

Jenis Identifikasi: _____

Nomor Identifikasi: _____

Alamat Sesuai Identitas: _____

Alamat Tinggal Lainnya: _____

Tempat Lahir: _____

Tempat Lahir (tanggal lahir): _____

Jenis Kelamin: Laki-laki Perempuan

Status Pernikahan: Lajang Menikah

Janda/Duda

Kewarganegaraan: WNI WNA, Negara asal: _____

Pekerjaan: _____

Jabatan: _____

Alamat tempat Bekerja: _____

No. Telp. Tempat Bekerja: _____

No. HP: _____

Sumber Data: Ada Tidak Ada

ASPNP: _____

Alamat: _____

Penghasilan Bulanan per Tahun: _____

Tujuan Hubungan (Lain/Tanpa Tujuan): _____

CS Scanned with CamScanner

lampiran ke-1

DATA NASABAH (CIF) PERORANGAN

Tujuan Pembukaan Rekening

Investasi Simpanan Transaksi Lainnya

Sumber Dana

Gaji Hasil Usaha Hasil Investasi
 Hasil Warisan Lainnya

Perkiraan Nilai Transaksi dalam 1 Tahun

< Rp 500 Rp 1000 - Rp 2500
 Rp 500 - Rp 1000 Rp 2500 - Rp 5000
 Rp 1000 - Rp 2500 > Rp 5000

Produk yang Dipilih

BNI iB Hasanah BNI Tabungan iB Hasanah
 BNI Peris iB Hasanah BNI Tunas iB Hasanah
 BNI Amanah iB Hasanah BNI Simpanan iB Hasanah
 BNI Giro iB Hasanah BNI Deposito iB Hasanah
 BNI Deposito iB Hasanah BNI Dolar iB Hasanah
 Lainnya

Mata Uang

IDR USD Lainnya

Akad

Mewakili
 Mewakili dengan Nalab Bagi Hasil
 Mewakili (Bank) dan ... % untuk Sahabat Baru/Nasabah

Khusus BNI Giro iB Hasanah Perorangan

Alamat Pengiriman Rekening Koran

Diambil di Cabang Pembuka Rekening
 Alamat Kantor
 Alamat Sesuai Tanda Pengenal
 Alamat Tempat Tinggal Terkini

Khusus BNI Deposito iB Hasanah

Rekening Deposito Terbuka

Jangka Waktu 3 bulan 6 bulan
 9 bulan 12 bulan

Perpanjangan G otomatis Tidak Diperpanjang

Pembayaran Bagi Hasil

Dibayarkan ke No. Rekening: [] [] [] [] [] [] [] [] [] []
 Atas Nama: [] [] [] [] [] [] [] [] [] []
 Ditambahkan ke rekening lain [] [] [] [] [] [] [] [] [] []

FASILITAS YANG DIINGINKAN

Kartu Hasanah Debit Dengan nama Tanpa nama
 Tanpa nama tertera dengan nama

Jenis Hasanah Debit Hasanah Debit Silver
 Hasanah Debit Gold
 Zaman Card
 GPN iG Giro Pembayaran Nasional
 Hasanah Debit Duitku
 Lainnya

BNI e-Banking

BNI SMS Banking
 No. HP: []

BNI Mobile Banking
 No. HP: []

BNI Internet Banking SMS Secure
 Mobile Secure
 e-Secure

SMS Notifikasi, No. HP []

Transaksi Debit Semua > Rp 5000
 > Rp 2000 > Rp 1000
 > Rp 1000 > Rp 500
 > Rp 2500 > Rp 1000

Transaksi Kredit Semua > Rp 5000
 > Rp 2000 > Rp 1000
 > Rp 1000 > Rp 500
 > Rp 2500 > Rp 1000

KHUSUS REKENING GABUNGAN

No. []

Nama Nasabah Anggota Rekening Gabungan Lainnya []

No. CIF (Wajib diisi oleh Bank) []

Pemilihan Rekening *) Debit Aset Lainnya *) pilih salah satu

Hubungan antara Nasabah: Orang Tua/Akang Saudara Persewaan/Perpangan

Lampiran ke-2

5) Foto Dokumentasi



Saat sedang berlangsungnya wawancara dengan Bu Dahlia



Saat wawancara dengan Ibu Rika Indah



Saat mengambil brosur

Lampiran 5

Surat Keterangan Penelitian



Malang, 12 Juni 2019

Nomor : MGS/01/2096/2019
Lamp. : -

Kepada,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Jl. Gajayana No.50 Dinoyo
Kota Malang - 65144

Hal : Pernyataan Telah Melakukan Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

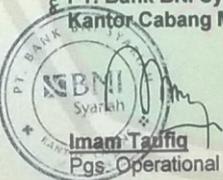
Menunjuk perihal pada pokok surat kami tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan hal-hal sebagai berikut :

1. Saudara yakni mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang di PT Bank BNI Syariah sebagai berikut :
 - a. Nama Mahasiswa : Elok Nur Hayati
 - b. NIM : 15540026
 - c. Program Studi : S1 Perbankan Syariah
2. Sehubungan dengan permohonan tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa ybs. telah melakukan penelitian terkait dengan "Strategi Bundling Produk Hasnah Card pad Nasabah Prioritas PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Malang" di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Malang pada tanggal 04 Oktober - 09 Mei 2019.

Demikian kami sampaikan, atas kerjasama dan perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Malang


Imam Taufiq
Pgs. Operational Manager



PT. Bank BNI Syariah, Kantor Cabang Malang, Jalan Jaksa Agung Suprpto 48 Malang 65111
Telp. : (0341) 359129 - 359130 Fax. : (0341) 359128, www.bnisyariah.co.id

Lampiran 6

Fatwa DSN-MUI



مَجْلِسُ الشَّرِيَاةِ الْإِسْلَامِيَّةِ

DEWAN SYARIAH NASIONAL MUI

National Sharia Board - Indonesian Council of Ulama

Sekretariat : Masjid Istiqlal Kamar 12 Taman Wijaya Kusuma, Jakarta Pusat 10710

Telp.(021) 3450932 Fax. (021) 3440889

FATWA
DEWAN SYARIAH NASIONAL
NO: 54/DSN-MUI/X/2006

Tentang
SYARIAH CARD

بطاقة الائتمان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), setelah

- Menimbang :
- a. bahwa dalam rangka memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi dan penarikan tunai, Bank Syariah dipandang perlu menyediakan sejenis Kartu Kredit, yaitu alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelanjaan dan atau untuk melakukan penarikan tunai, di mana kewajiban pembayaran pemegang kartu dijamin dan dipenuhi terlebih dahulu oleh *acquirer* atau penerbit, dan pemegang kartu berkewajiban melakukan pelunasan kewajiban pembayaran tersebut kepada penerbit pada waktu yang disepakati secara angsuran;
 - b. bahwa Kartu Kredit yang ada menggunakan sistem bunga (*interest*) sehingga tidak sesuai dengan prinsip syariah;
 - c. bahwa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas kartu yang sesuai syariah, DSN-MUI memandang perlu menetapkan fatwa tentang Syariah Card (بطاقة الائتمان) yang fungsinya seperti Kartu Kredit untuk dijadikan pedoman.

- Mengingat :
1. Firman Allah s.w.t., antara lain:
 - a. QS. al-Ma-idah [5]:1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ، أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحْلِي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ، إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ.

“Hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”

- b. QS. al-Isra' [17]: 34:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ، وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ، إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا.

“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa; dan penuhilah janji, sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban.”

c. QS. Yusuf [12]: 72:

قَالُوا تَفَعَّدْتُكَ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلَمَّا جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ.

“Penyeru-penyeru itu berseru: ‘Kami kehilangan piala Raja; dan barang siapa yang dapat mengembalikannya, akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya.’”

d. QS. al-Ma'idah [5]: 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَتَّبِعُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا، وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا، وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَنَافَثُوا عَلَى الرِّبِّ وَالْتَفَتُوا، وَلَا تَنَافَثُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ، وَاتَّقُوا اللَّهَ، إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ.

“Hai orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar sy'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang hadyu, dan binatang-binatang qala'id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya; dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

e. QS. al-Furqan [25]: 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَعُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا، وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا.

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

f. QS. al-Isra' [17]: 26-27:

...وَلَا تُبَدِّرْ تَدْبِيرًا، إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ، وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا.

“...Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

g. QS. al-Qashash [28]: 26:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ، إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ.

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata, ‘Hai ayahku! Ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) adalah orang yang kuat lagi dapat dipercaya.’”

h. QS. al-Baqarah [2]: 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ، ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا، وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا، فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتَّبَعَهَا فَلَهُ مَا سَلَفَ، وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ، وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ.

“Orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

i. QS. al-Nisa' [4]: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ، وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ، إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

“Hai orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

j. QS. al-Baqarah [2]: 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَعْتُمْ بَدْنَيْنِ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّىٰ فَكُتِبَ عَلَيْكُمُ...

“Hai orang yang beriman! Jika kamu bermu'amalah tidak secara tunai sampai waktu tertentu, buatlah secara tertulis...”.

k. QS. al-Baqarah [2]: 280:

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ، وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ.

“Dan jika (orang yang berutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.”

2. Hadis Nabi s.a.w.; antara lain:

a. Hadis Nabi riwayat Imam al-Tirmidzi dari 'Amr bin 'Auf al-Muzani, Nabi s.a.w. bersabda:

الصُّلْحُ خَيْرٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَالْمُسْلِمُونَ عَلَىٰ شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا.

“Shulh (penyelesaian sengketa melalui musyawarah untuk mufakat) boleh dilakukan di antara kaum muslimin kecuali shulh yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.”

b. Hadis Nabi riwayat Imam Ibnu Majah, al-Daraquthni, dan yang lain, dari Abu Sa'id al-Khudri, Nabi s.a.w. bersabda:

لَا تَضْرِبَنَّ وَلَا تَضْرَبَنَّ.

“Tidak boleh membahayakan/merugikan (orang lain) dan tidak boleh membalas bahaya dengan bahaya.”

c. Hadis Nabi riwayat Bukhari dari Salamah bin al-Akwa':

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ أُتِيَ بِجَنَازَةٍ لِيُصَلِّيَ عَلَيْهَا، فَقَالَ: هَلْ عَلَيْهِ مِنْ دَيْنٍ؟ قَالُوا: لَا، فَصَلَّىٰ عَلَيْهِ، ثُمَّ أُتِيَ بِجَنَازَةِ أُخْرَىٰ، فَقَالَ: هَلْ عَلَيْهِ مِنْ دَيْنٍ؟ قَالُوا: نَعَمْ، قَالَ: صَلُّوا عَلَيَّ صَاحِبِكُمْ، قَالَ أَبُو قَتَادَةَ: عَلَيَّ دَيْنُهُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، فَصَلَّىٰ عَلَيْهِ.

“Telah dihadapkan kepada Rasulullah s.a.w. jenazah seorang laki-laki untuk dishalatkan. Rasulullah bertanya, 'Apakah ia mempunyai utang?' Sahabat menjawab, 'Tidak'. Maka, beliau menshalatkannya. Kemudian dihadapkan lagi jenazah lain, Rasulullah pun bertanya, 'Apakah ia mempunyai utang?' Mereka menjawab, 'Ya'. Rasulullah berkata, 'Shalatkanlah temanmu itu' (beliau sendiri tidak

mau menshalatkannya). Lalu Abu Qatadah berkata, 'Saya menjamin utangnya, ya Rasulullah'. Maka Rasulullah pun menshalatkan jenazah tersebut."

- d. Hadis Nabi riwayat Abu Daud, Tirmizi dan Ibn Hibban dari Abu Umamah al-Bahili, Anas bin Malik, dan Abdullah bin Abbas, Nabi s.a.w. bersabda:

الرَّعِيمِ غَارِمٌ.

"Za'im (penjamin) adalah gharim (orang yang menanggung utang)."

- e. Hadis riwayat Ahmad, Abu Dawud, dan Ad-Daruquthni dari Sa'd Ibn Abi Waqqash (teks Abu Dawud), ia berkata:

كُنَّا نُكْرِي الْأَرْضَ بِمَا عَلَى السَّوَابِ مِنَ الزَّرْعِ وَمَا سَعَدَ بِالْمَاءِ مِنْهَا، فَهَئِنَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ عَنْ ذَلِكَ وَأَمَرْنَا أَنْ نُكْرِيهَا بِذَهَبٍ أَوْ فِصَّةٍ.

"Dulu kami menyewakan tanah dengan (bayaran) hasil pertanian yang tumbuh di pinggir selokan dan yang tumbuh di bagian yang dialiri air; maka, Rasulullah melarang kami melakukan hal tersebut dan memerintahkan agar kami menyewakannya dengan emas atau perak."

- f. Hadis riwayat 'Abd ar-Razzaq dari Abu Hurairah dan Abu Sa'id al-Khudri, Nabi s.a.w. bersabda:

مَنْ اسْتَأْجَرَ أَجِيرًا فَلْيُعَلِّمَهُ أُجْرَهُ.

"Barang siapa mempekerjakan pekerja, beritahukanlah upahnya."

- g. Hadis Nabi riwayat Muslim dari Abu Hurairah, Nabi s.a.w. bersabda:

مَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا، فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا دَامَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ.

"Orang yang melepaskan seorang muslim dari kesulitannya di dunia, Allah akan melepaskan kesulitannya di hari kiamat; dan Allah senantiasa menolong hamba-Nya selama ia (suka) menolong saudaranya"

- h. Hadis Nabi riwayat Jama'ah, (Bukhari dari Abu Hurairah, Muslim dari Abu Hurairah, Tirmizi dari Abu Hurairah dan Ibnu Umar, Nasa'i dari Abu Hurairah, Abu Daud dari Abu Hurairah, Ibnu Majah dari Abu Hurairah dan Ibnu Umar, Ahmad dari Abu Hurairah dan Ibnu Umar, Malik dari Abu Hurairah, dan Darami dari Abu Hurairah), Nabi s.a.w. bersabda:

مَطْلُ النَّبِيِّ ظُلْمٌ...

“...Menunda-nunda (pembayaran) yang dilakukan oleh orang mampu adalah suatu kezaliman...”

- i. Hadis Nabi riwayat Nasa’i, Abu Daud, Ibn Majah, dan Ahmad dari Syuraid bin Suwaid, Nabi s.a.w. bersabda:

لِيُ الْوَاجِدِ يُجِلُّ عَرْضَهُ وَعُقُوبَتُهُ.

“Menunda-nunda (pembayaran) yang dilakukan oleh orang mampu, menghalalkan harga diri dan memberikan sanksi kepadanya.”

- j. Hadis Nabi riwayat Bukhari dari Abu Hurairah, Nabi s.a.w. bersabda:

إِنَّ خَيْرَكُمْ أَحْسَنُكُمْ قَضَاءً.

“Orang yang terbaik di antara kamu adalah orang yang paling baik dalam pembayaran utangnya.”

3. Kaidah Fikih; antara lain:

- a. Kaidah:

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا.

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

- b. Kaidah:

الْمُسْتَقَّةُ تَجْلِبُ التَّيسِيرَ.

“Kesulitan dapat menarik kemudahan.”

- c. Kaidah:

الْحَاجَةُ قَدْ تَنْزِلُ مِثْلَةَ الضَّرُورَةِ.

“Keperluan dapat menduduki posisi darurat.”

- d. Kaidah:

الْثَّابِتُ بِالْعُرْفِ كَالثَّابِتِ بِالشَّرْعِ.

“Sesuatu yang berlaku berdasarkan adat kebiasaan sama dengan sesuatu yang berlaku berdasarkan syara’ (selama tidak bertentangan dengan syariat).”

- e. Kaidah:

دَرْءُ النِّعَاسِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ

“Menghindarkan kerusakan (kerugian) harus didahulukan (diprioritaskan) atas mendatangkan kemaslahatan.”

Memperhatikan : 1. Pendapat fuqaha’; antara lain:

- a. Imam al-Dimyathi dalam kitab *I’ana al-Thalibin*, jilid III, h. 77-78:

لَا يَمَّا سَجِبَ كَدَيْنِ قَرْضٍ سَيِّعٌ... وَذَلِكَ كَانَ قَالَ: أَقْرَضُ هَذَا

مِائَةً وَأَنَا ضَامِنُهَا، فَلَا يَصِحُّ ضَمَانُهُ لِأَنَّهُ غَيْرُ ثَابِتٍ. وَقَدْ تَقَدَّمَ لِلشَّارِحِ

فِي فَصْلِ الْقَرْضِ ذِكْرُ هَذِهِ الْمَسْأَلَةِ وَأَنَّهُ يَكُونُ ضَامِنًا فِيهَا. وَعِبَارَتُهُ

هَذَاكَ: وَلَوْ قَالَ : أَقْرَضُ هَذَا مِائَةً... وَأَنَا لَهَا ضَامِنٌ فَأَقْرَضَهُ الْمِائَةَ أَوْ
بَعْضَهَا كَانَ ضَامِنًا عَلَى الْأَوْجَعِ. فَيَكُونُ مَا هُنَا مِنْ عَدَمِ صِحَّةِ الضَّمَانِ
مُنَافِيًا لِمَا مَرَّ عِنْدَهُ مِنْ أَنَّ الْأَوْجَعَ الضَّمَانُ.

“(Tidak sah akad penjaminan [*dhaman*] terhadap sesuatu [hak] yang akan terjadi [muncul], seperti piutang dari akad *qardh*) yang akan dilakukan... Misalnya ia berkata: ‘Berilah orang ini utang sebanyak seratus dan aku menjaminnya.’ Penjaminan tersebut tidak sah, karena piutang orang itu belum terjadi (muncul).

Dalam pasal tentang *qardh*, pensyarah telah menuturkan masalah ini --penjaminan terhadap suatu hak (piutang) yang belum terjadi -- dan menyatakan bahwa ia sah menjadi penjamin. Redaksi dalam pasal tersebut adalah sebagai berikut: ‘Seandainya seseorang berkata, *Berilah orang ini utang sebanyak seratus... dan aku menjaminnya*. Kemudian orang yang diajak bicara memberikan utang kepada orang dimaksud sebanyak seratus atau sebagiannya, maka orang (yang memerintahkan) tersebut adalah penjamin menurut pendapat yang paling kuat (*awjah*).’ Dengan demikian, pernyataan pensyarah di sini (dalam pasal tentang *dhaman*) yang menyatakan *dhaman* (terhadap suatu hak yang akan muncul [terjadi]) itu tidak sah bertentangan dengan pernyataannya sendiri dalam pasal tentang *qardh* di atas yang menegaskan bahwa hal tersebut adalah (sah sebagai) *dhaman*.”

- b. Khatib Syarbaini dalam kitab *Mughni al-Muhajj*, jilid III, h. 202:

وَيُسْتَرْطُ فِي الْمَضْمُونِ وَهُوَ الدَّيْنُ... (كَوْنُهُ) حَقًّا (نَائِبًا) خَالَ
الْعَقْدِ، فَلَا يَصِحُّ ضَمَانُ مَا لَمْ يَجِبْ... (وَصَحَّحَ الْقَدِيمُ ضَمَانَ مَا
سَجِبَ) كَتَمَنَ مَا سَبَّغَهُ أَوْ مَا سَقَّرَهُ، لِأَنَّ الْحَاجَةَ قَدْ تَدْعُو إِلَيْهِ.

“(Hal yang dijamin) yaitu piutang (disyaratkan harus berupa hak yang telah terjadi) pada saat akad. Oleh karena itu, tidak sah menjamin piutang yang belum terjadi ... (*Qaul qadim* --Imam al-Syafi'i-- menyatakan sah penjaminan terhadap piutang yang akan terjadi), seperti harga barang yang akan dijual atau sesuatu yang akan diutangkan. Hal itu karena *hajat* --kebutuhan orang-- terkadang mendorong adanya penjaminan tersebut.”

- c. As-Syirazi dalam kitab *al-Muhadzdzab*, juz I, Kitab al-Ijarah, h. 394:

يَجُوزُ عَقْدُ الْإِجَارَةِ عَلَى الْمَنَافِعِ الْمُبَاحَةِ... وَلِأَنَّ الْحَاجَةَ إِلَى الْمَنَافِعِ
كَالْحَاجَةِ إِلَى الْأَعْيَانِ، فَلَمَّا حَازَ عَقْدُ الْبَيْعِ عَلَى الْأَعْيَانِ وَجَبَ أَنْ
يَجُوزَ عَقْدُ الْإِجَارَةِ عَلَى الْمَنَافِعِ.

“Boleh melakukan akad *ijarah* (sewa menyewa) atas manfaat yang dibolehkan... karena keperluan terhadap manfaat sama dengan keperluan terhadap benda. Manakala akad jual beli atas benda dibolehkan, maka sudah seharusnya dibolehkan pula akad *ijarah* atas manfaat.”

- d. Sayyid Sabiq dalam kitab *Fiqh al-Sunnah*, jilid 4, h. 221-222:

وَالْكَفَالَةُ بِالْمَالِ هِيَ الَّتِي يَلْتَزِمُ فِيهَا الْكَفِيلُ التَّرَامًا مَالِيًا.

“*Kafalah* (jaminan) harta yaitu *kafil* (penjamin) berkewajiban memberikan jaminan dalam bentuk harta.”

- e. Mushthafa ‘Abdullah al-Hamsyari sebagaimana dikutip oleh Syaikh ‘Athiyah Shaqr, dalam kitab *Ahsan al-Kalam fi al-Fatawa wa al-Ahkam*, jilid 5, h. 542-543:

إِنَّ الْإِعْتِمَادَاتِ الْمُسْتَنْدَبَةَ الَّتِي يَتَّهَدُ فِيهَا الْبَيْتُ لِلْمُصَدَّرِ بِدَفْعِ الْمُسْتَحَقَّاتِ لَهُ عَلَى الْمُسْتَوْدِعِ حَائِزَةٌ، وَالْأَجْرُ الَّذِي يُؤْخَذُ فِي مُقَابَلَتِهَا حَائِزٌ. وَخَرَجَ الْجَوَازُ عَلَى أَنْ طَبِيعَةُ هَذَا التَّنَائُلِ تَدُورُ بَيْنَ الْوَكَالَةِ وَالْحَوَالَةِ وَالضَّمَانِ. وَالْوَكَالَةُ بِأَجْرٍ لَا حُرْمَةَ فِيهَا، وَكَذَلِكَ الْحَوَالَةُ بِأَجْرٍ. وَالضَّمَانُ بِأَجْرٍ خَرَجَهُ عَلَى تَمَنِ الْجَاهِ الَّذِي قِيلَ فِيهِ بِالْحُرْمَةِ وَالْبِكْرَاهَةِ، وَقَالَ بِجَوَازِهِ الشَّافِعِيُّ، كَمَا خَرَجَهُ عَلَى الْجُعَالَةِ الَّتِي أَحْزَارَهَا الشَّافِعِيُّ أَيْضًا.

وَتَحَدَّثَتْ عَنْ حِطَابَاتِ الضَّمَانِ وَأَنْوَاعِهَا، وَهِيَ الَّتِي يَتَّهَدُ فِيهَا الْبَيْتُ بِمَكْتُوبٍ يُرْسَلُهُ --بِنَاءٍ عَلَى طَلَبِ عَمِيلِهِ-- إِلَى ذَائِنِ الْعَمِيلِ يَضْمَنُ فِيهِ تَعْيِيدَ الْعَمِيلِ لِاتِّزَامَاتِهِ، وَقَالَ إِنَّهَا حَائِزَةٌ. وَخَرَجَ ذَلِكَ عَلَى أَنَّهَا وَكَالَةٌ أَوْ كِفَالَةٌ، وَهِيَ حَائِزَةٌ، وَالْعُمُومَةُ عَلَيْهِمَا لَا حُرْمَةَ فِيهَا. وَاعْتَمَدَ فِي دِرَاسَتِهِ عَلَى الْمَرَاجِعِ وَالْمَصَادِرِ الْاِقْتِصَادِيَّةِ وَعَلَى كُتُبِ الْفِقْهِ فِي الْمَنَاهِبِ الْمُخْتَلَفَةِ.

“Letter of Credit (L/C) yang berisi ketetapan bahwa bank berjanji kepada eksportir untuk membayar hak-haknya (eksportir) atas importir adalah boleh. Upah yang diterima oleh bank sebagai imbalan atas penerbitan L/C adalah boleh. Hukum “boleh” ini oleh Musthafa al-Hamsyari didasarkan pada karakteristik muamalah L/C tersebut yang berkisar pada akad *wakalah*, *hawalah* dan *dhaman* (*kafalah*). *Wakalah* dengan imbalan (*fee*) tidak haram; demikian juga (tidak haram) *hawalah* dengan imbalan.

Adapun *dhaman* (*kafalah*) dengan imbalan oleh Musthafa al-Hamsyari disandarkan pada imbalan atas jasa *jah* (*dignity*, kewibawaan) yang menurut mazhab Syafi’i, hukumnya boleh (*jawaz*) walaupun menurut beberapa

pendapat yang lain hukumnya haram atau makruh. Musthafa al-Hamsyari juga menyandarkan dhaman (kafalah) dengan imbalan pada *ju'alah* yang dibolehkan oleh madzhab Syafi'i.

Mushthafa 'Abdullah al-Hamsyari juga berpendapat tentang bank garansi dan berbagai jenisnya. Bank garansi adalah dokumen yang diberikan oleh bank --atas permohonan nasabahnya-- yang berisi jaminan bank bahwa bank akan memenuhi kewajiban-kewajiban nasabahnya terhadap rekanan nasabah. Musthafa menyatakan bahwa bank garansi hukumnya boleh. Bank garansi tersebut oleh Musthafa disejajarkan dengan *wakalah* atau *kafalah*; dan kedua akad ini hukumnya boleh. Demikian juga pengambilan imbalan (fee) atas kedua akad itu tidak diharamkan.

2. Keputusan *Hai'ah al-Muhasabah wa al-Muraja'ah li-al-Mu'assasah al-Maliyah al-Islamiyah*, Bahrain, *al-Ma'ayir al-Syar'iyah* Mei 2004: al-Mi'yar al-Syar'i, nomor 2 tentang *Bihaqah al-Hasm wa Bihaqah al-I'timan*.
3. Fatwa-fatwa DSN-MUI :
 - a. Fatwa DSN No. 9/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Ijarah
 - b. Fatwa DSN No.11/DSN-MUI/IV/2000 tentang Kafalah
 - c. Fatwa DSN No.17/DSN-MUI/IX/2000 tentang Sanksi atas Nasabah Mampu yang Menunda-nunda Pembayaran
 - d. Fatwa DSN No.19/DSN-MUI/IV/2001 tentang Qardh;
 - e. Fatwa DSN No.43/DSN-MUI/VIII/2004 tentang Ta'widh
4. Surat-surat permohonan fatwa perihal kartu kredit yang sesuai dengan prinsip syariah dari bank-bank syariah, antara lain dari:
 - a. Bank Danamon Syariah;
 - b. Bank BNI Syariah; dan
 - c. Bank HSBC Syariah.
5. Hasil Workshop DSN-MUI bekerjasama dengan DPbS-BI, dan Bank Danamon Syariah yang diikuti pula oleh beberapa bank Syariah, di Ciawi Bogor, pada Mei 2005.
6. Pendapat Rapat Pleno pada hari Rabu, 18 Ramadhan 1427 H / 11 Oktober 2006.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **FATWA TENTANG SYARIAH CARD**

Pertama : ***Ketentuan Umum***

Dalam fatwa ini, yang dimaksud dengan:

- a. Syariah *Card* adalah kartu yang berfungsi seperti Kartu Kredit yang hubungan hukum (berdasarkan sistem yang sudah ada) antara para pihak berdasarkan prinsip syariah sebagaimana diatur dalam fatwa ini.
- b. Para pihak sebagaimana dimaksud dalam butir a adalah pihak penerbit kartu (*mushdir al-bihaqah*), pemegang kartu (*hamil*

al-bithaqah) dan penerima kartu (*merchant, tajir* atau *qabil al-bithaqah*).

- c. *Membership Fee* (*rusum al-'udhwiyah*) adalah iuran keanggotaan, termasuk perpanjangan masa keanggotaan dari pemegang kartu, sebagai imbalan izin menggunakan kartu yang pembayarannya berdasarkan kesepakatan.
- d. *Merchant Fee* adalah *fee* yang diberikan oleh merchant kepada penerbit kartu sehubungan dengan transaksi yang menggunakan kartu sebagai upah/imbalan (*ujrah*) atas jasa perantara (*samsarah*), pemasaran (*taswiq*) dan penagihan (*tahsil al-dayn*);
- e. *Fee* Penarikan Uang Tunai adalah *fee* atas penggunaan fasilitas untuk penarikan uang tunai (*rusum sahb al-nuqud*).
- f. *Ta'widh* adalah ganti rugi terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan oleh penerbit kartu akibat keterlambatan pemegang kartu dalam membayar kewajibannya yang telah jatuh tempo.
- g. Denda keterlambatan (*late charge*) adalah denda akibat keterlambatan pembayaran kewajiban yang akan diakui seluruhnya sebagai dana sosial.

Kedua : **Hukum**
Syariah *Card* dibolehkan, dengan ketentuan sebagaimana diatur dalam fatwa ini.

Ketiga : **Ketentuan Akad**
Akad yang digunakan dalam Syariah *Card* adalah

- a. **Kafalah**; dalam hal ini Penerbit Kartu adalah penjamin (*kafil*) bagi Pemegang Kartu terhadap Merchant atas semua kewajiban bayar (*dayn*) yang timbul dari transaksi antara Pemegang Kartu dengan Merchant, dan/atau penarikan tunai dari selain bank atau ATM bank Penerbit Kartu. Atas pemberian Kafalah, penerbit kartu dapat menerima *fee* (*ujrah kafalah*).
- b. **Qardh**; dalam hal ini Penerbit Kartu adalah pemberi pinjaman (*muqridh*) kepada Pemegang Kartu (*muqtaridh*) melalui penarikan tunai dari bank atau ATM bank Penerbit Kartu.
- c. **Ijarah**; dalam hal ini Penerbit Kartu adalah penyedia jasa sistem pembayaran dan pelayanan terhadap Pemegang Kartu. Atas Ijarah ini, Pemegang Kartu dikenakan membership *fee*.

Keempat : **Ketentuan tentang Batasan (Dhawabith wa Hudud) Syariah Card**

- a. Tidak menimbulkan riba.
- b. Tidak digunakan untuk transaksi yang tidak sesuai dengan syariah.
- c. Tidak mendorong pengeluaran yang berlebihan (*israf*), dengan cara antara lain menetapkan pagu maksimal pembelanjaan.
- d. Pemegang kartu utama harus memiliki kemampuan finansial untuk melunasi pada waktunya.

- e. Tidak memberikan fasilitas yang bertentangan dengan syariah
- Kelima : Ketentuan Fee**
- a. Iuran keanggotaan (*membership fee*)
Penerbit Kartu berhak menerima iuran keanggotaan (*rusum al-'udhwiyah*) termasuk perpanjangan masa keanggotaan dari pemegang Kartu sebagai imbalan (*ujrah*) atas izin penggunaan fasilitas kartu.
 - b. *Merchant fee*
Penerbit Kartu boleh menerima *fee* yang diambil dari harga objek transaksi atau pelayanan sebagai upah/imbalan (*ujrah*) atas perantara (*samsarah*), pemasaran (*taswiq*) dan penagihan (*tahsil al-dayn*).
 - c. *Fee* penarikan uang tunai
Penerbit kartu boleh menerima *fee* penarikan uang tunai (*rusum sahb al-nuqud*) sebagai *fee* atas pelayanan dan penggunaan fasilitas yang besarnya tidak dikaitkan dengan jumlah penarikan.
 - d. *Fee Kafalah*
Penerbit kartu boleh menerima *fee* dari Pemegang Kartu atas pemberian *Kafalah*.
 - e. Semua bentuk *fee* tersebut di atas (a s-d d) harus ditetapkan pada saat akad aplikasi kartu secara jelas dan tetap, kecuali untuk *merchant fee*.
- Keenam : Ketentuan Ta'widh dan Denda**
- a. *Ta'widh*
Penerbit Kartu dapat mengenakan *ta'widh*, yaitu ganti rugi terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan oleh Penerbit Kartu akibat keterlambatan pemegang kartu dalam membayar kewajibannya yang telah jatuh tempo.
 - b. Denda keterlambatan (*late charge*)
Penerbit kartu dapat mengenakan denda keterlambatan pembayaran yang akan diakui seluruhnya sebagai dana sosial.
- Ketujuh : Ketentuan Penutup**
1. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara pihak-pihak terkait, maka penyelesaiannya dapat dilakukan melalui Badan Arbitrase Syariah atau melalui Pengadilan Agama setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
 2. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 Ramadhan 1427 H
11 Oktober 2006 M

DEWAN SYARIAH NASIONAL
MAJELIS ULAMA INDONESIA

Ketua,



Dr. K.H. M.A. Sahal Mahfudh



Sekretaris,



Drs. H.M. Ichwan Sam

