

ABSTRAKSI

RISMAYANTI NURUL FATIMAH, NPM 10010210114 : “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK HASANAH CARD DENGAN METODE STP (*SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING*) PADA PT. BNI SYARIAH CABANG BANDUNG PERIODE 2012-2013.”

Kata kunci: Kartu kredit, Strategi pemasaran, dan Metode STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)

Pada beberapa tahun terakhir ini perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang positif setiap tahunnya. Dengan situasi seperti ini bank konvensional akan menghadapi persaingan baru dengan hadirnya bank syariah. Seperti salah satunya persaingan dalam produk kartu kredit. Pada saat ini tidak hanya bank konvensional saja yang mempunyai kartu kredit, tetapi bank syariah juga meluncurkan produk yang sama. Hasanah Card merupakan jenis *banking card* sebagai produk dari BNI Syariah. Tetapi disayangkan adanya Hasanah Card ini belum begitu diketahui oleh masyarakat luas. Maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk bisa memasarkan produk Hasanah Card ini.

Sebagai *Grand Methode* dalam pemasaran, metode STP bisa dijadikan salah satu strategi pemasaran yang baik untuk memperkenalkan Hasanah Card kepada masyarakat. Berdasarkan pembahasan diatas, maka masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah dalam memasarkan produk Hasanah Card. 2) Apa kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk Hasanah Card. 3) Bagaimana analisa terhadap strategi pemasaran Hasanah Card dengan menggunakan metode STP di BNI Syariah. Maka tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh BNI Syariah dalam memasarkan Hasanah Card. 2) Mengetahui kendala apa saja yang dihadapi BNI Syariah dalam memasarkan Hasanah Card. 3) Mengetahui tepat atau tidaknya metode STP yang sudah diterapkan oleh BNI Syariah agar bisa menarik nasabah Hasanah Card lebih banyak.

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis faktual dan akurat mengenai mekanisme pemasaran produk Hasanah Card di BNI Syariah. Adapun kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan Hasanah Card yaitu metode STP dan didukung oleh metode Bauran Promosi. 2) Kendala yang dihadapi BNI Syariah yaitu kurangnya penggunaan setiap indikator-indikator dari metode STP yang sudah ada. 3) Pemakaian indikator-indikator dari metode STP yang kurang maksimal menyebabkan pertumbuhan Hasanah Card yang menurun.