



**STRATEGI PROMOSI PT. BANK BNI SYARIAH  
(BANK NEGARA INDONESIA SYARIAH)  
DALAM MENUNJANG PENCAPAIAN TARGET PENGGUNA  
PRODUK HASANAH CARD DI TAHUN 2009**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi  
Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh:

**ANNISYA ADIATY  
44307120013**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2010**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI PT. BANK BNI SYARIAH (BANK  
NEGARA INDONESIA SYARIAH) DALAM MENUNJANG  
PENCAPAIAN TARGET PENGGUNA PRODUK HASANAH  
CARD DI TAHUN 2009

Nama : Annisya Adiaty

NIM : 44307120013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Oktober 2010

Mengetahui,  
Pembimbing

Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M. Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI PT. BANK BNI SYARIAH (BANK  
NEGARA INDONESIA SYARIAH) DALAM MENUNJANG  
PENCAPAIAN TARGET PENGGUNA PRODUK HASANAH  
CARD DI TAHUN 2009

Nama : Annisya Adiaty

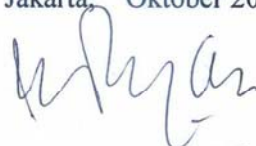
NIM : 44307120013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Oktober 2010

**Ketua Sidang,**  
Drs. Ahmad Mulyana, M.Si

(  )

**Penguji Ahli,**  
DR. Farid Hamid Umarela, S.Sos., M.Si

(  )

**Pembimbing,**  
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.

(  )



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI PT. BANK BNI SYARIAH (BANK  
NEGARA INDONESIA SYARIAH) DALAM MENUNJANG  
PENCAPAIAN TARGET PENGGUNA PRODUK HASANAH  
CARD DI TAHUN 2009

Nama : Annisya Adiaty

NIM : 44307120013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Oktober 2010

**Disetujui dan diterima oleh:**

Pembimbing

Tri Diah Cahyowati, M.Si

**Mengetahui,**

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra. Diah Wardani, M.Si

Ketua Bidang Studi

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmaannirrahiim...*

*Assalamu'alaikum, wr, wb.*

*Alhamdulillahirobbil 'alamiin.* Segala puji bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala, Rob semesta alam, atas limpahan rahmat, hidayah dan inayah-Nya yang tak terhingga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul Strategi Promosi PT. Bank BNI Syariah dalam menunjang target pengguna Hasanah Card di tahun 2009 ini disusun sebagai bagian tugas akhir perkuliahan Strata I Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini dapat terselesaikan oleh peneliti atas bantuan serta dukungan yang diberikan oleh banyak pihak kepada peneliti baik segi moril maupun materiil. Untuk itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si., selaku pembimbing sekaligus Ketua Jurusan Marcomm, yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang amat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Seluruh dosen, staff dan karyawan di Universitas Mercu Buana atas segala yang telah membantu kelancaran perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.
4. Mama, Papa, Kakak-kakak dan suamiku tercinta atas segala doa, kasih sayang, dukungan dan bantuan sehingga penulis dapat menjalani dan menyelesaikan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Nara Sumber dalam penelitian ini, rekan-rekan PT. Bank BNI Syariah dan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Syariah Prima Jakarta atas kesempatan, waktu dan ilmu yang telah diberikan.
6. Sahabat-sahabatku di Marcomm XII. Meirina, Yanti, Yani, Mamato, Arief, Tari, Yuyun, Aci, Deeva, dan Iyus. Terimakasih atas semangat kebersamaan, segala pengalaman berharga, kerjasama dan suka cita yang pernah dialami bersama.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi banyak pihak.

*Wassalaamu 'Alaikum Wr. Wb.*

Jakarta, Agustus 2010

Annisya Adiaty

## DAFTAR ISI

### BAB I PENDAHULUAN 1

|     |                                 |   |
|-----|---------------------------------|---|
| 1.1 | Latar Belakang Penelitian ..... | 1 |
| 1.2 | Rumusan Masalah .....           | 5 |
| 1.3 | Tujuan Penelitian .....         | 5 |
| 1.4 | Manfaat Penelitian .....        | 6 |

### BAB II LANDASAN TEORI 7

|       |                                                        |    |
|-------|--------------------------------------------------------|----|
| 2.1   | Komunikasi Sebagai Pendukung Aktivitas Pemasaran ..... | 7  |
| 2.1.1 | Pengertian dan Alat Komunikasi Pemasaran .....         | 7  |
| 2.1.2 | Komunikasi Pemasaran .....                             | 10 |
| 2.2   | Strategi Promosi .....                                 | 12 |
| 2.2.1 | Pengertian Strategi Promosi .....                      | 12 |
| 2.2.2 | Faktor-Faktor dalam Menetapkan Bauran Promosi .....    | 14 |
| 2.3   | Komunikasi Pemasaran Jasa .....                        | 24 |
| 2.3.1 | Konsep Dasar Pemasaran Jasa Profesional .....          | 24 |
| 2.3.2 | Perencanaan Pemasaran Jasa .....                       | 26 |
| 2.4   | Pemasaran Jasa Perbankan .....                         | 28 |
| 2.4.1 | Penetapan Strategi Pemasaran Bank .....                | 28 |
| 2.4.2 | Saluran Pemasaran untuk Jasa-Jasa Bank .....           | 29 |
| 2.4.3 | Strategi Pengembangan Produk Jasa .....                | 30 |
| 2.5   | Bauran Promosi .....                                   | 32 |
| 2.5.1 | Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....                | 34 |
| 2.5.2 | Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....     | 37 |
| 2.5.3 | Penjualan Perorangan ( <i>Personal Selling</i> ) ..... | 39 |
| 2.5.4 | Publisitas ( <i>Publicity</i> ) .....                  | 42 |

|                                                      |               |
|------------------------------------------------------|---------------|
| <b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>                 | <b>46</b>     |
| 3.1 Tipe Penelitian .....                            | 46            |
| 3.2 Metode Penelitian .....                          | 49            |
| 3.3 Subjek Penelitian .....                          | 51            |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                    | 52            |
| 3.4.1 Data Primer .....                              | 52            |
| 3.4.2 Data Sekunder .....                            | 53            |
| 3.5 Definisi Konsep .....                            | 53            |
| 3.6 Fokus Penelitian .....                           | 54            |
| 3.7 Teknis Analisis Data .....                       | 55            |
| <br><b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>    | <br><b>57</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....                   | 57            |
| 4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank BNI Syariah.....      | 57            |
| 4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank BNI Syariah .....       | 59            |
| 4.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank BNI Syariah ..... | 59            |
| 4.2 Hasanah Card .....                               | 61            |
| 4.2.1 Persyaratan dan Jenis Hasanah Card .....       | 61            |
| 4.2.2 Akad-akad dalam Hasanah Card .....             | 63            |
| 4.2.3 Biaya-biaya dalam Hasanah Card .....           | 63            |
| 4.2.4 Fitur Produk Hasanah Card .....                | 65            |
| 4.3 Hasil Penelitian .....                           | 69            |
| 4.3.1 Pemasaran Internal .....                       | 70            |
| 4.3.2 Pemasaran Eksternal .....                      | 81            |
| 4.3.3 Pemasaran Interaktif .....                     | 93            |
| 4.3.4 Data Penjualan Hasanah Card .....              | 96            |
| 4.4 Pembahasan .....                                 | 97            |

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN** **103**

|       |                  |     |
|-------|------------------|-----|
| 5.1   | Kesimpulan ..... | 103 |
| 5.2   | Saran .....      | 105 |
| 5.2.1 | Akademis .....   | 105 |
| 5.2.2 | Praktis .....    | 105 |

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**PROFIL PENELITIAN**

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar1. Alat komunikasi pemasaran untuk organisasi jasa professional .....                                             | 9  |
| Gambar2. Model Mekanistik Komunikasi Manusia.....                                                                       | 11 |
| Gambar3. Model Komunikasi dengan Umpan Balik.....                                                                       | 11 |
| Gambar4. Kegiatan Komunikasi Pemasaran .....                                                                            | 12 |
| Gambar5. Model Proses Pemasaran dan Promosi (Belch and Blech).....                                                      | 14 |
| Gambar6. Kepentingan Relatif Alat-alat Promosi dalam Pemasaran<br>Barang-barang Konsumsi vs Barang-barang industri..... | 16 |
| Gambar7. Strategi Mendorong Lawan Strategi Menarik.....                                                                 | 17 |
| Gambar8. Efektivitas Biaya alat-alat Promosi Berbeda-beda pada Tahap<br>Kesiapan Pembeli yang berbeda-beda pula.....    | 18 |
| Gambar9. Efektivitas Biaya alat-alat Promosi Berbeda-beda pada<br>Tahap Daur Hidup Produk yang berbeda-beda .....       | 20 |
| Gambar10. Hubungan Antara Cara-cara Promosi dengan Pangsa<br>Pasar di Lingkungan Perbankan .....                        | 21 |
| Gambar11. Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa.....                                                                 | 23 |
| Gambar12. Perencanaan Pemasaran Bank .....                                                                              | 27 |
| Gambar13. Pemasaran Perusahaan dimulai dan diakhiri di pelanggan .....                                                  | 27 |
| Gambar14. Langkah-langkah dalam Pemasaran yang Strategik .....                                                          | 28 |
| Gambar15. Bauran Komunikasi Pemasaran .....                                                                             | 33 |
| Gambar16. Berbagai Publik Perusahaan Jasa Profesional .....                                                             | 45 |
| Gambar17. Logo BNI Syariah.....                                                                                         | 58 |
| Gambar18. Hasanah Card Classic.....                                                                                     | 62 |
| Gambar19. Hasanah Card Gold .....                                                                                       | 62 |
| Gambar20. Hasanah Card Platinum.....                                                                                    | 62 |
| Gambar21. Formulir Aplikasi Hasanah Card Staff .....                                                                    | 77 |
| Gambar22. Pengumuman Pemenang Program Hasanah Card Staff .....                                                          | 79 |
| Gambar23. Target Marget Hasanah Card .....                                                                              | 85 |
| Gambar24. Iklan Maroko it's Amazing Country .....                                                                       | 86 |
| Gambar25. Iklan Holiday Inspiration.....                                                                                | 91 |
| Gambar26. Website BNI Syariah.....                                                                                      | 95 |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Alat Persyaratan Hasanah Card berdasarkan Jenis Kartu .....    | 61 |
| Tabel 2. Limit Hasanah Card .....                                       | 62 |
| Tabel 3. Biaya Hasanah Card Berdasarkan Jenis Kartu .....               | 65 |
| Tabel 4. Jadwal Pelatihan dan Sosialisasi Hasanah Card Bank BNI Syariah | 76 |
| Tabel 5. Jadwal Pameran Agustus 2009.....                               | 92 |
| Tabel 6. Call Center BNI Syariah Seluruh Indonesia .....                | 96 |