



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

## **ABSTRAKSI**

**ANNISYA ADIATY (44307120013)**  
**STRATEGI PROMOSI PT. BANK BNI SYARIAH (BANK NEGARA INDONESIA SYARIAH) DALAM MENUNJANG PENCAPAIAN TARGET PENGGUNA PRODUK HASANAH CARD DI TAHUN 2009**  
**viii + 106 HALAMAN; 6 TABEL; 26 GAMBAR**

**Bibliografi: 16 Acuan**

Strategi promosi memegang peranan penting bagi suatu perusahaan dalam memasarkan produk jasa termasuk kartu kredit. Hasanah card merupakan produk jasa yang baru dari Bank BNI Syariah, karena itu perlulah disusun strategi promosi yang tepat agar mencapai target pengguna Hasanah Card pada tahun pertamanya. Kegiatan promosi tidak hanya merupakan alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen tetapi juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen agar melakukan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi PT. Bank BNI Syariah dalam menunjang pencapaian target pengguna Hasanah Card pada tahun 2009.

Konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep yang dikemukakan oleh Kotler yaitu strategi promosi dalam memasarkan produk jasa tidak terlepas dari pemasaran internal, pemasaran eksternal dan pemasaran interaktif.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dimana teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui wawancara mendalam dan pengamatan secara langsung. Peneliti mendeskripsikan seluruh hasil penelitian yang peneliti dapatkan di lapangan sebagaimana adanya.

Hasil penelitian ini adalah pendeskripsian kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah untuk menunjang target pengguna Hasanah Card pada tahun 2009 yang memenuhi 3 aspek yaitu pemasaran internal, pemasaran eksternal dan pemasaran interaktif. Namun terdapat kendala dalam pelaksanaan program pelatihan dan sosialisasi begitu juga pendistribusian marketing tools ke seluruh kantor cabang yaitu terkait dengan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan program tersebut mengingat lingkup area yang luas yaitu seluruh Indonesia. Oleh karena itu disarankan pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi bisa

ditempuh dengan E-learning melalui BNI Forum begitu juga dengan produksi marketing tools bisa juga dengan mengoptimalkan Website intern BNI Forum sehingga diharapkan mampu meningkatkan efisiensi dan efektifitas program promosi.