

ABSTRAK

Hasanah Card merupakan pionir kartu pembiayaan syariah di Indonesia. Namun sampai dengan saat ini produk kartu pembiayaan Hasanah Card belum dapat memimpin di industri kartu pembiayaan. Dengan dukungan penuh dari Bank BNI sebagai induk dari BNI Syariah seharusnya Hasanah Card dapat memimpin persaingan di kelasnya. Strategi bersaing yang dijalankan saat ini belum dapat berhasil membuat Hasanah Card memenangkan persaingan di industri kartu pembiayaan. Untuk itu diperlukan strategi alternatif yang lebih efektif dalam memenangkan kompetisi dari pesaingnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh BNI Syariah dalam mengembangkan kartu pembiayaan berbasis syariah di Indonesia. Dari hasil analisis lingkungan eksternal dapat diidentifikasi 3 faktor peluang dan 3 faktor ancaman bagi bisnis kartu pembiayaan BNI Syariah. Dari hasil analisis lingkungan internal di atas dapat diidentifikasi 4 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan bagi kartu pembiayaan BNI Syariah. Hasil analisis internal dan eksternal dikombinasikan dengan menggunakan matriks TOWS untuk membuat strategi alternatif bagi kartu pembiayaan BNI Syariah untuk memenangkan persaingan di industri kartu pembiayaan. Agar strategi tersebut dapat dijalankan maka diturunkan menjadi strategi-strategi di level fungsional.

Kata Kunci: strategi kompetitif, *Key Success Factors*, SWOT, Kartu Pembiayaan.

ABSTRACT

Hasanah Card is the pioneer of Islamic financing cards in Indonesia. However, until now Hasanah Card product has not yet been able to lead in financing card industry. With the full support of Bank BNI as the parent of BNI Syariah, Hasanah Card should be able to lead the competition in its class. The current competitive strategy has not succeeded in making Hasanah Card wins over the competition in the financing card industry. This requires an alternative strategy that is more effective in winning the competition from its competitors.

This study aims to analyze the strengths, opportunities, weaknesses and threats faced by BNI Syariah in developing sharia-based financing cards in Indonesia. From the results of the external environment analysis, 3 opportunity factors and 3 threat factors for the BNI Syariah financing card business can be identified. From the results of the internal environmental analysis above, 4 strength factors and 4 weakness factors for BNI Syariah financing cards can be identified. The results of internal and external analysis are combined using the TOWS matrix to create alternative strategies for BNI Syariah financing cards to win competition in the financing card industry. In order for this strategy to be implemented, it is reduced to strategies at the functional level.

Keywords: Competitive Strategy, *Key Success Factors*, SWOT, Financing Card.