

ABSTRAK

Raudatul Jannati As'har, 2022. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KCP. Jember balung* . Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jember.
Pembimbing I : Miftahul Hasanah, M.E.I
Pembimbing II : Abd. Rohman Fahrudin, S.H.I.,M.EI

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Tabungan Haji

Strategi pemasaran merupakan suatu pendekatan dari BSI KCP Jember Balung untuk menjadi bahan pengambilan keputusan dan bagaimana menerapkannya untuk mencapai tujuan pemasaran. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi yang tepat dilakukan BSI kantor cabang Balung untuk meningkatkan minat nasabah terhadap pembukaan tabungan haji dan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penghambat pembukaan tabungan haji di BSI kantor cabang Balung.

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Dimana data yang dikumpulkan dalam bentuk informasi yang tertulis, melihat objek maupun menganalisis gambar-gambar di sekitar yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung dimana penyelesaiannya melalui wawancara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung khususnya pada produk tabungan haji yaitu dengan menggunakan strategi segmenting, targeting dan positioning. Selain itu menggunakan strategi pengembangan bauran pemasaran yang memiliki 3 unsur yaitu unsur produk, harga dan promosi. Hal ini bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah. Sementara itu ada faktor penghambat dalam tabungan haji dimana faktor penghambat tabungan haji yaitu terkait dengan masalah financial (biaya) mengingat banyaknya masyarakat yang hidup dibawah garis kemiskinan

ABSTRACT

Raudatul Jannati As'har, 2022. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KCP. Jember balung . Skripsi.* Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jember.
Pembimbing I : Miftahul Hasanah, M.E.I
Pembimbing II : Abd. Rohman Fahrudin, S.H.I.,M.EI

Keywords: Marketing Strategy, Hajj Savings

Marketing strategy is an approach from BSI Jember Balung KCP to be a material for decision making and how to implement it to achieve marketing goals objectives. The purpose of this study is to find out the right strategy for the BSI Balung branch office to increase customer interest in opening hajj savings and to find out what factors are obstacles to opening hajj savings at BSI's Balung branch office.

In this research, the type of research used is descriptive qualitative research. Where data is collected in the form of written information, viewing objects or analyzing pictures around those at Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung where the solution is through interviews and observations.

The results showed that the strategy applied by Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, especially in Hajj savings products, uses segmentation, targeting and positioning strategies. In addition, it uses a marketing mix development strategy that has three elements, namely product, price and promotion elements. It aims to attract and maintain customer loyalty. Meanwhile, there are inhibiting factors in Hajj savings where the inhibiting factors for Hajj savings are related to financial problems (costs) considering the large number of people who live below the poverty line.