

ABSTRAK

Mariya Ulpah.2019. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank BRISyariah Kcp. Kayu Tangi.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I). Drs. H. M. Amin Dj., M.A., (II). Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tabungan Haji Ib.

Penelitian ini di latar belakang oleh strategi pemasaran tentang tabungan haji di Bank BRISyariah dikarenakan di Bank BRISyariah ini nasabah yang menggunakan tabungan haji kadang mengalami pasang surut.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif menghasilkan data deskriptif kualitatif, dengan melakukan wawancara dan kemudian hasil dari wawancara tersebut dapat dianalisis oleh penulis pada akhirnya menghasilkan kesimpulan. Informan dalam penelitian ini ada 2 orang yaitu dengan Ibu Ridha Rezkia dan Bapak Tezar Rahman Parisi tugasnya yaitu selaku Supervisor Operasioanal.

Penelitian ini menghasilkan strategi pemasaran yang diterapkan di BRISyariah Kcp Kayu Tangi Banjarmasin dengan penulis menggunakan analisis bauran pemasaran 4P yaitu strategi *produce, price, place, promotion*. Tabungan Haji di Bank BRISyariah ini ada dua yaitu tabungan haji iB dan tabungan haji untuk anak-anak. Dalam harga awal atau setoran awal pertama yaitu Cuma 50.000 dan bebas administrasi dan banyak fitur lainnya yang disediakan. Tempat yang strategis mudah untuk dikunjungi karena berada di samping jalan raya kota. Promosi yang gencar dilakukan agar masyarakat lebih memahami tentang produk tabungan haji ini, melalui media iklan, internet, spanduk dan brosur. Lebih menarik nya lagi Bank BRISyariah juga memberikan souvenir kepada nasabah calon jemaah haji yang berangkat ke tanah suci ini adalah salah satu upaya sebagai daya tarik kepada masyarakat lainnya. Kendala yang dihadapi oleh bank BRISyariah yaitu ada 2 yaitu: (a). Kehadiran perbankan lainnya yang juga melayani tabungan haji. (b). Kurangnya pemahaman masyarakat dengan adanya tabungan haji.