

ABSTRAK

Rahmad Suryan. 2018. *Strategi Pemasaran Dengan Meningkatkan Kualitas Produk Tabungan Haji di PT. BRI Syariah KC Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. (1) Pembimbing: Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI. (2) Pati Matu Zahra, S.Ag., MSI

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Meningkatkan Kualitas Produk, Tabungan Haji.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya persaingan dalam strategi pemasaran produk tabungan Haji di Bank BRI Syariah, dikarenakan Bank BRI Syariah belum mampu unggul dalam memasarkan produk tabungan Haji.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam upaya peningkatan kualitas produk tabungan Haji di Bank BRI Syariah KC Banjarmasin dan apa saja yang menjadi kendala-kendala yang di hadapi Bank BRI Syariah KC Banjarmasin dalam memasarkan produk tabungan Haji tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penulis meneliti dan memperoleh data secara langsung terkait objek penelitian melalui wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kualitas produk tabungan Haji di Bank BRI Syariah KC Banjarmasin dengan cara mempermudah pelunasan tabungan Haji melalui aplikasi mobile BRIS, memasang iklan di website terkemuka tentang tabungan Haji, memberikan keunggulan fasilitas kelengkapan haji bagi nasabah, mempermudah pelayanan kepada nasabah, promosi yang maksimal serta adanya jaminan keamanan. Selanjutnya terdapat kendala-kendala yang dihadapi Bank BRI Syariah dalam penerapan strategi pemasaran untuk memperoleh nasabah produk tabungan Haji tersebut ada 3 yaitu: (1) kurangnya ide-ide menarik mengenai produk tabungan haji pada PT. BRI Syariah KC Banjarmasin., (2) Dari segi *lay out* PT. BRI Syariah KC Banjarmasin yang kurang kekinian., dan (3) PT. BRI Syariah KC Banjarmasin tidak memiliki program Top Up dana haji untuk nasabah.