

## ABSTRAK

**Siti Khadijah.**2021. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: Dra, Faridah, MHI.

**Kata Kunci:** Strategi, pemasaran, produk Tabungan Haji.

Penelitian ini berlatarbelakang dari banyaknya masyarakat yang ingin membuka tabungan haji sehingga menyebabkan jumlah nasabah produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru terus bertambah setiap tahunnya. Sehingga nantinya dapat diketahui bagaimana strategi pemasaran dan mengetahui kendala dalam memasarkan produk tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh menggunakan teknik wawancara dengan dua orang responden dan dokumentasi. Penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru di jalan.Ahmad Yani Km. 35,5 Komet Banjarbaru Utara, Loktabat Sel, Kec. Banjarbaru Selatan.

Hasil penelitian ini yaitu, Pertama : strategi pemasaran produk tabungan haji yaitu menerapkan perumusan strategi pemasaran yang terdiri dari Segmenting, Targeting dan Posionting, bauran pemasaran berupa produk, harga, tempat dan promosi dan pemasaran syariah. Kedua : kendala yang dihadapi pihak bank syariah dalam memasarkan produk adalah persaingan antar bank, daftar tunggu haji yang lama, kurangnya koordinasi dengan pihak Kementerian Agama, tidak bisa memasarkan secara langsung selama pandemi covid-19, selain itu terjadinya penurunan jumlah nasabah yang ingin membuka tabungan haji dan nasabah menjadi jarang menabung. Dilihat dari sisi nasabah kendala yang dihadapi adalah banyak nasabah yang kecewa karena sudah dua kali batal berangkat haji.