

## ABSTRAK

**Selvi Vinda Astuti, 1950410091, “Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Produk Tabungan Haji dan Umrah Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, 2023.**

Penelitian ini membahas strategi pemasaran yang beragam di berbagai kantor cabang BSI. Setiap kantor cabang memiliki pendekatan pemasaran yang unik, dipengaruhi oleh karakteristik dan kondisi lokal, seperti ekonomi dan sosial. Selain itu, penelitian juga menggambarkan perubahan kuota haji bagi warga Indonesia, yang mempengaruhi upaya pemasaran produk tabungan haji. BSI ditunjuk sebagai Bank Penerima Setoran (BPS) untuk Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) dan menyediakan produk tabungan haji. Penelitian bertujuan menganalisis penerapan strategi pemasaran syariah BSI untuk meningkatkan jumlah nasabah, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam upaya pemasaran produk tabungan Haji dan Umrah.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan suatu fenomena. data dikumpulkan dari dua kategori sumber data. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri data data primer yang diperoleh dengan mewawancarai BOSM, Marketing, *Costumer Service* dan nasabah Tabungan Haji dan umrah BSI KC Kudus Ahmad Yani 1. Dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, google books, artikel, dan data lainnya yang berkaitan dengan tabungan haji dan umrah secara tidak langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI telah menerapkan strategi pemasaran yang cerdas, fokus pada pemahaman pelanggan dan komitmen pada prinsip syariah. Faktor pendukung meliputi mayoritas populasi muslim di Indonesia, keinginan menjalankan ibadah haji, dan kemudahan proses. Namun, ada juga faktor penghambat, seperti masalah finansial, nasabah lanjut usia, dan ketidakcukupan pengetahuan masyarakat. Dengan upaya komprehensif, termasuk edukasi keuangan, inovasi produk, dan pelatihan SDM, BSI dapat mengatasi hambatan ini dan meningkatkan efektivitas pemasaran produk tabungan Haji dan Umrah. Selama periode tertentu, BSI telah berhasil meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji mereka dengan strategi pemasaran yang cerdas.

**Kata Kunci :** *Strategi Pemasaran Syariah, Tabungan Haji dan Umrah*