

ABSTRAK

Yoga Raunaqa, 1950410057, Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dengan Akad *Mudharabah Muthlaqah* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan haji dengan akad *mudhrabah muthlaqah* dalam meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, serta Kendala apa yang dihadapi saat memasarkan produk tabungan haji dengan akad *mudharabah muthlaqah* dan bagaimana solusi yang digunakan untuk menghadapi kendala tersebut.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* dengan pendekatan kualitatif sumber data diperoleh melalui data primer (berkaitan dengan subjek penelitian) dan data sekunder (berkaitan dengan literatur yang berhubungan dengan subjek penelitian). Objek penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dan subjeknya adalah *branch manager* dan *marketing* Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. setelah data terkumpul, data analisis dengan mereduksi data, penyajian, dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam memasarkan produk tabungan haji dengan akad *mudharabah muthlaqah* untuk meningkatkan jumlah nasabah menggunakan strategi STP (*Segmenting, Targeting, Postitioning*), dan juga unsur bauran pemasaran (Marketing Mix) 7P yang terdiri dari strategi *product* (produk), strategi *price* (harga), strategi *promotion* (promosi), strategi *place* (tempat), strategi *people* (orang), strategi *process* (proses), dan strategi *phixical evidence* (bukti fisik). Dari bauran pemasaran (Marketing Mix) 7P yang digunakan yang paling berpengaruh adalah strategi *product* (produk), strategi *price* (harga), strategi *promotion* (promosi), strategi *physical evidence* (bukti fisik). Adapun kendala yang dihadapi adalah persaingan antar lembaga keuangan, terjadi offline dari kantor pusat, minimnya pengetahuan masyarakat tentang tabungan haji, dan kurangnya kantor cabang dan sumber daya manusia (SDM). Solusi dalam mengatasi kendala tersebut adalah melakukan kerja sama dengan kantor kemenag Jepara, menambah sumber daya manusia (SDM) nya, lebih meningkatkan sosialisasi ke masyarakat tentang tabungan haji.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Tabungan Haji, Meningkatkan Jumlah Nasabah