

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI PADA BANK SYARIAH INDONESIA KC PALEMBANG SIMPANG PATAL

Oleh

rosigiantami14@gmail.com

Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal merupakan bank syariah yang mempunyai produk tabungan haji. Dalam memasarkan produknya Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal menggunakan metode Mensegmentasi Pasar, Menarget Pasar, Posisi Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan yang juga sekaligus pengelola dana tabungan haji dan *Marketing Mix*. Salah satunya adalah strategi promosi.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh menggunakan teknik wawancara dengan tiga orang responden dan dokumentasi. Penelitian ini di Jl. R. Sukanto No. 6A, 8 Ilir Tim. II, Kota Palembang Sumatera Selatan 30128.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa strategi pemasaran produk tabungan haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal, yaitu dengan strategi segmentasi, target, posisi. Selain itu, dengan mengembangkan marketing mix atau bauran pemasaran : produk, harga, tempat, dan promosi, yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk Tabungan Haji, Bank Syariah