

ABSTRAK

Bella Ajeng Novitasari, 2020, Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pengguna Tabungan Haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan, Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: H. Wadhan, M.Si.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Tabungan Haji*

Di Indonesia Baitul Mal wa Tanwil (BMT) sebagai lembaga keuangan non profit dan lembaga keuangan profit. Sudarsono membedakan mengenai pengertian Baitul Mal wa Tanwil. Baitul Mal lebih mengarah pada usaha – usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq dan shadaqah. Demikian juga terkait dengan pengembangan wakaf tunai. Baitul Tanwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Berdasarkan hal tersebut, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota pada produk tabungan haji dan apa faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota pada produk tabungan haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

Salah satu produk simpanan/tabungan dalam KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan adalah simpanan Haji. Simpanan Haji sebenarnya tidak jauh berbeda dengan simpanan rencana lainnya. Simpanan Haji merupakan jenis simpanan yang diperuntukkan bagi orang-orang yang mempersiapkan dana untuk membiayai perjalanan ke Tanah Suci. Adanya produk Simpanan Haji ini mereka dapat mengumpulkan atau menabungkan uang mereka sedikit demi sedikit yang nantinya setelah terkumpul dapat mereka gunakan untuk mendaftar Haji. Dengan simpanan haji masyarakat merasa lebih ringan dibandingkan harus membayar Haji secara tunai, mengingat mahalnya biaya haji yang mencapai 25.000.000,-.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dan digambarkan secara menyeluruh. Untuk analisisnya menggunakan non statistik. Sumber data penelitian yang digunakan yaitu sumber data manusia (sumber data primer) dan sumber data non manusia (sumber data sekunder).

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota pada produk tabungan haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan. Maka dari itu terlebih dahulu melakukan pengamatan pasar yang dilakukan melalui segmentasi pasar. Produk layanan dan mekanisme simpanan haji tidak serumit yang masyarakat bayangkan pihak KSPPS berusaha mempermudah pembayaran para calon jamaah haji sehingga dapat merencanakan keberangkatan haji atau umrah, lebih tepatnya dana yang disimpan sebagai dana haji dapat dikelola dengan baik. Pihak KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan harus lebih giat lagi dalam memasarkan produk tabungan haji dengan cara bersosialisasi kepada masyarakat.