

ABSTRAK

Siti Nurul Jannah, 2021, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Haji dan Umrah Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT NU Cabang Tlanakan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi bisnis islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing: Dr. H. Zainal Abidin, MEI.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Simpanan Haji dan Umrah*

Strategi pemasaran dilakukan dalam rangka meningkatkan nasabah pada produk Tabungan Simpanan haji dan umrah BMT NU Jawa Timur Cabang Tlanakan Kabupaten Pamekasan. Semakin meningkatnya menarik minat ataupun keputusan pembelian masyarakat menggunakan produk BMT tentunya meningkatkan profit/keuntungan di BMT tersebut.

Dari penjelasan diatas muncul beberapa fokus penelitian yaitu, *pertama*, Bagaimana startegi pemasaran produk simpanan haji dan umrah berbasis syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Tlanakan. *Kedua*, Bagaimana implementasi strategi pemasaran produk simpanan Haji dan Umrah berbasis syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Tlanakan. *ketiga*, Apa saja kendala-kendala strategi pemasaran produk simpanan haji dan umrah berbasis syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Tlanakan. *Keempat*, Bagaimana solusi dari kendala strategi pemasaran produk simpanan Haji dan Umrah berbasis syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Tlanakan

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Dengan prosedur pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi, sedangkan yang menjadi sumber data yaitu Kepala cabang BMT NU Cabang Tlanakan, karyawan bagian tabungan, anggota simpanan Haji dan Umrah.

Hasil penlitian menunjukkan bahwa. *pertama*, Strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk simpanan Haji dan Umrah di BMT NU Cabang Tlanakan yaitu, memasarkan kerumah rumah, membagikan brosur, menggunakan media online dalam memasarkan produk, selain itu BMT NU Cabang Tlanakan juga menggunakan prinsip etika pemasaran dalam memasrkan produk. *Kedua*, Implementasi atau penerapan Strategi pemasaran Produk Simpanan Haji dan Umrah di BMT NU Cabang Tlanakan dilakukan dengan cara mendangi langsung ke rumah warga dan menjelaskan dengan menggunakan bahasa yang mudah di menegerti dan biasanya menggunakan bahasa daerah sehingga masyarakat dapat lebih mudah paham mengenai produk simpanan haji dan umrah, dan juga dengan membagikan brosur kepada warga dan ditempat umum lainnya. Juga dengan menggunakan media internet berupa sosmed seperti wa, ig, fb, dll dan memposting tentang simpanan haji dan umrah. *Ketiga*, kendala-kendala dalam strategi pemasaran produk simpanan haji dan umrah yaitu, adanya competitor lain yang juga memasarkan produk simpanan haji dan umrah, minimnya pemahaman masyarakat, wilayah pemasaran yang sulit dijangkau. *Keempat*, Solusi dalam mengatasi kendala strategi pemasaran produk simpanan

Haji dan umrah yaitu, memiliki SDM yang cakap dan berkualitas, Religius, berlebel Syariah, adanya informan, memperluas wilayah pemasaran.