

ABSTRAK

Ifan Sugianto, 2021, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Di Srategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk*, Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura Pembimbing: Ah.Sibghatullah Mujaddidi, M.A.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tabungan Haji

BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk merupakan lembaga keuangan syariah yang menyediakan berbagai macam produk tabungan salah satunya tabungan haji adalah salah satu, produk yang dimana nasabah menyetorkan sejumlah uang dengan jumlah tetap pada waktu tertentu dalam mempersiapkan dananya agar bisa mencukupi membiayai perjalanannya ketanah suci. Produk tabungan haji di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk sebagai sarana diminati karena dapat menunjang kebutuhan pokok dalam dalam keperluan menunaikan haji.

Penelitian ini memfokuskan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk serta factor yang mempengaruhi dan factor pendukung tabungan haji di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara tidak terstruktur dan dokumentasi. Informan penelitian ini antara lain karyawan dan beberapa anggota pengguna produk Tabungan Haji. Proses pengumpulan data dengan mengambil dari wawancara karyawan dan anggota, teori dibuku dan penelitian terdahulu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1)penerapan strategi pemasaran pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk menggunakan strategi pemasaran *marketing mix yang* yang meliputi produk, harga, tempat, promosi. 2) Faktor yang mempengaruhi produk tabungan haji yaitu: 1) factor penghambat yaitu : a) Tidak semua masyarakat Guluk-Guluk mampu melaksanakan ibadah haji hanya sebagian saja. b) Banyaknya pesaing dalam produk tabungan haji. c) BMT UGT Sidogiri Capem Guluk-Guluk keberadaanya berdekatan dengan kompetitornya. d) Strategi promosi menggunakan media brosur saja. e) Kurangya pemahaman masyarakat tentang produk haji dan umroh. 2) factor pendukung yaitu: a) Masyarakat daerah Guluk-Guluk mayoritas islam. b) Semua masyarakat Muslim pasti mempunyai niat untuk naik haji. c) setoran awal pembukaan tabungan haji sangat ringan. d) Proses pembukaan tabungan haji tidak rumit karena bisa dibina langsung oleh pihak BMT Sidogiri Cabang Pembantu Guluk-Guluk.