

ABSTRAK

ALIFIA EFENDI 2023, Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Di Bank Muamalat Indonesia, skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing : Ummu Kulsum, MA.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk Tabungan IB Hijrah Haji, Bank Muamalat Indonesia, *marketing mix*

Strategi pemasaran pada berbagai lembaga atau perusahaan mempunyai peran yang sangat penting dan hal utama yang harus diperhatikan, untuk mencapai keberhasilan usaha. Sehingga bidang pemasaran itu berperan besar dalam merealisasikan usaha. Strategi pemasaran harus bisa memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada berapa pasar sasaran.

Ada tiga fokus penelitian dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana strategi pemasaran produk tabungan iB hijrah haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep, *kedua*, apa faktor pendukung dalam strategi pemasaran produk tabungan iB hijrah haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep, *ketiga*, apa faktor penghambat dalam strategi pemasaran produk tabungan iB hijrah haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Sumber data di peroleh dari sumber data primer dan skunder dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi, teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, yang dilakukan dengan triangulasi metode.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwasanya strategi pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep dalam memasarkan produk tabungan iB Hijrah Haji adalah menggunakan sistem jempot bola dengan cara terjun langsung kelapangan dan juga melakukan sosialisasi dengan lembaga-lembaga dan tokoh-tokoh masyarakat. Seperti kampus-kampus sekolah, pesantren, dan pejabat publik. Selain itu Bank Muamalat juga menggunakan strategi segmenting dimana strategi segmenting yang digunakan yaitu segmentasi geografis dimana Bank Muamalat tidak hanya fokus pada suatu kelompok saja karena produk ini dapat digunakan oleh seluruh masyarakat baik dari kalangan menengah keatas maupun menengah kebawah khususnya masyarakat sumenep, targeting yang digunakan olen Bank Muamalat yaitu pada nasabah usia 25 tahun keatas, postioning Bank Muamalat yaitu memiliki daya tarik tersendiri dalam mencapai target sasaran seperti brand yg menjadikan produk mudah dikenal dan disukai seperti hijrah itu ibadah wujudkan safar terbaikmu menuju baitullah dengan tabungan hijrah hajidan juga menggunakan strategi marketing mix 4p yaitu, product, promotion, price, dan place. Strategi marketing mix Promosi adalah strategi yang sangat berpengaruh dalam memasarkan produknya. Karena dengan promosi bank muamalat dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat untuk mengenalkan produk tabungan iB Hijrah haji dan juga dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produknya.