

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI PADA BANK BJB SYARIAH KCP CIAWI**

Oleh :

**Hani Hanifah Rahman**

193404135

Pembimbing :

**Dedeh Sri Sudrayanti S.E., M.Si.**

**Dede Arif Rahmani S.Pd., M.M**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran tabungan haji pada PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciawi. Untuk menunjang penelitian tugas akhir ini dibutuhkan data yang akurat, jenis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian dalam pengumpulan data diantaranya menggunakan studi pustaka dan studi lapangan yaitu dengan wawancara dan observasi. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa strategi pemasaran tabungan haji yang dilakukan Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciawi menggunakan bauran pemasaran 7P yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik. Hambatan yang dihadapi diantaranya sistem mengalami gangguan dan mengalami kesulitan dalam mensosialisasikan produk tabungan haji karena terbatasnya tenaga pemasaran.

Kata Kunci : Strategi, Bauran Pemasaran, Tabungan, Bank.

## **ABSTRACT**

### **HAJJ SAVINGS PRODUCT MARKETING STRATEGY AT BANK BJB SYARIAH KCP CIAWI**

*By :*

**HANI HANIFAH RAHMAN**

193404135

*Guidance :*

**Dedeh Sri Sudaryanti S.E., M.Si.**

**Dede Arif Rahmani S.Pd., M.M.**

*The purpose of this research is to find out the marketing strategy of Hajj savings at PT. Bank Jabar Banten Syariah Ciawi Auxiliary Branch Office. To support the research of this final project requires accurate data, the type of data used is qualitative descriptive. Research in data collection includes using library studies and field studies, namely by interviews and observations. From the results of research that has been done, it was obtained that the hajj savings marketing strategy carried out by Bank Jabar Banten Syariah Ciawi Auxiliary Branch Office uses a 7P marketing mix consisting of products, prices, promotions, places, people, processes, and physical evidence. The obstacles faced include the system experiencing disruptions and having difficulty in socializing Hajj savings products due to limited marketing personnel.*

*Keywords: Strategy, Marketing Mix, Savings, Bank.*