

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Utama Kediri” ini ditulis oleh Nikmatu Solikhah NIM. 17401153020 dengan pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

Latar belakang skripsi ini adalah sebuah fenomena bahwa banyaknya minat dan keterbatasan dari masyarakat muslim yang menginginkan beribadah di tanah suci, maka muncullah produk untuk membantu permasalahan tersebut yaitu Tabungan IB Hijrah Haji. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi (1) Bagaimana konsep Produk Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Utama Kediri? (2) Bagaimana implementasi Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Utama Kediri? (3) Bagaimana kendala Produk Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Utama Kediri? (4) Bagaimana solusi dalam mengatasi kendala dari Produk Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Utama Kediri? Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu proses pengolahan dan penafsiran.

Hasil penelitian ini adalah (1) Tabungan IB Hijrah Haji menggunakan akad *wadi'ah* yang merupakan titipan murni dan tidak dapat mengurangi dari dana yang sudah disetorkan ke rekening. Sasaran dari Tabungan IB Hijrah Haji adalah nasabah yang beragama Islam baik dewasa maupun anak-anak (usia minimal 12 tahun). Setoran awal ketika pembukaan rekening adalah Rp100.000 dan harus mencapai saldo akhir sebesar Rp 25.000.000. Jumlah nominal tersebut digunakan untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji di Kementerian Agama. (2) Untuk strategi pemasaran produk tabungan IB Hijrah Haji ini menggunakan tiga faktor strategi pemasaran yakni *segmenting, targeting, positioning* yang juga didalamnya terdapat bauran pemasaran atau *marketing mix*. (3) Kendala pada Tabungan IB Hijrah Haji meliputi minimnya unit kantor dan terbatasnya SDM khususnya *Customer Service* yang melayani, jangkauan pendaftaran tabungan haji, keraguan masyarakat tentang adanya bank muamalat sebagai bank syariah. (4) Solusi untuk mengatasi kendala pada Tabungan IB Hijrah Haji yaitu setiap nasabah baru disarankan menginstal *Mobile Banking*, dan disediakan pula mobil Branch yang disediakan bank untuk keliling ditempat serta waktu tertentu. Untuk informasi disediakan Brosur cetak maupun elektronik di web resmi Bank Muamalat Indonesia.

Kata Kunci: Implementasi, Strategi Pemasaran, Tabungan IB Hijrah Haji

ABSTRACT

The thesis "Implementation of IB Hijrah Hajj Savings Product is Marketing Strategy at Muamalat Indonesia Bank Kediri Main Branch Office" was written by Nikmatus Solikhah NIM. 17401153020 and supervised Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

The research is motivated by a phenomenon that the many interests and limitations of the Muslim community who want to worship in the holy land, then the product appears to help these problems, namely IB Hijrah Hajj Savings. The formulation of the problems in this study include (1) What is the concept of IB Hijrah Hajj Savings Products at Muamalat Indonesia Bank Kediri Main Branch Office? (2) How is the implementation of the IB Hijrah Hajj Savings Product Marketing Strategy at Bank Muamalat Indonesia Kediri Main Branch Office? (3) What are the constraints for IB Hijrah Hajj Savings Products at Muamalat Indonesia Bank Kediri Main Branch Office? (4) What is the solution in overcoming the obstacles of IB Hijrah Hajj Savings Products at Bank Muamalat Indonesia Kediri Main Branch Office? This research uses a qualitative research method with a descriptive approach. Data sources used are primary data and secondary data. Methods of data collection through interviews, observation and documentation. For data analysis techniques in this study using data analysis techniques, namely the processing and interpretation.

The results of this study are (1) IB Hijrah Hajj Savings uses a wadi'ah contract which is a pure deposit and cannot deduct from the funds deposited into the account. The targets of IB Hijrah Hajj Savings are Muslim customers, both adults and children (minimum age 12 years). Initial deposit when opening an account is Rp100,000 and must reach a final balance of Rp. 25,000,000. The nominal amount is used to get the portion of Hajj departure at the Ministry of Religion. (2) For the marketing strategy of the IB Hijrah Hajj savings product, it uses three marketing strategy factors, namely segmenting, targeting, positioning which also includes a marketing mix. (3) Constraints on IB Hijrah Hajj Savings include the lack of office units and the limited human resources, especially Customer Service that serves, the reach of Hajj savings registration, public doubts about the existence of muamalat bank as an Islamic bank. (4) The solution to overcome obstacles in the IB Hijrah Hajj Savings is that every new customer is advised to install Mobile Banking, and also provide a Branch car provided by the bank to get around in a certain place and time. For information, print and electronic brochures are provided on the official website of Bank Muamalat Indonesia.

Keywords: *Implementation, Marketing Strategy, IB Hijrah Hajj Savings*