

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang*” ditulis oleh Rizqi Ramadani Alkhuar Izmi, Nim.12401183129, Pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah yang dihadapi Bank Panin Dubai Syariah dalam strategi pemasaran produk tabungan haji dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat produk tabungan haji Bank Panin Dubai Syariah, faktor penurunan jumlah nasabah yang paling umum yaitu terkait masalah biaya. Selain itu kurangnya strategi pemasaran di bidang promosi yang belum maksimal dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah, sehingga faktor pendukung yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah yang dilakukan oleh Bank Panin Dubai Syariah yaitu harus bisa lebih memposisikan diri kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat tertarik pada tabungan haji yang dimiliki oleh Bank Panin Dubai Syariah.

Fokus penelitian pada penelitian ini yaitu, 1) Bagaimana strategi pemasaran tabungan haji pada Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang, 2) Apa faktor pendukung dan penghambat pada strategi pemasaran produk tabungan haji di Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Sumber data yang diperoleh berasal dari data primer, yaitu data yang bersumber dari hasil penelitian dilapangan diantaranya yakni wawancara dengan Manajer Marketing, karyawan dan nasabah. Data sekunder diperoleh dari *website* lembaga penelitian ataupun dokumen dari lembaga peneliti. Kemudian dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menggunakan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian menyatakan bahwa 1) strategi yang dilakukan Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang berupa pemasaran jemput bola atau *door to door*, melakukan presentasi ke lembaga-lembaga, lebih mendekati diri kenasabah dan menghubungi nasabah secara berkala. 2) Dalam Bank Panin Dubai Syariah Yang menjadi faktor pendukung perkembangan produk tabungan haji pada Bank Panin Dubai Syariah yaitu masyarakat mayoritas muslim, prosedur pembukaan tabungan haji tidak rumit, setoran awal ringan. Adapun faktor penghambat yang paling umum yaitu terkait masalah biaya.

**Kata kunci:** *Perbankan, Strategi Pemasaran, Tabungan Haji*

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Marketing Strategy in Efforts to Increase the Number of Haji Savings Customers at Panin Dubai Syariah Bank KCU Malang" was written by Rizqi Ramadani Alkhuar Izmi, Nim.12401183129, Advisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.*

*This research is motivated by the problems faced by Bank Panin Dubai Syariah in marketing strategies for Haji savings products and to find out the supporting and inhibiting factors for Haji savings products at Bank Panin Dubai Syariah, the most common factor decreasing the number of customers is related to costs. In addition, the lack of a marketing strategy in the field of promotion that has not been maximally carried out by Panin Dubai Syariah Bank, so that the supporting factor carried out by Panin Dubai Syariah Bank carried out by Panin Dubai Syariah Bank is that it must be able to position itself more to the community so that people can be interested in Haji savings. owned by Panin Dubai Sharia Bank.*

*The focus of the research in this study are, 1) What is the marketing strategy for Haji savings at Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang, 2) What are the supporting and inhibiting factors in marketing strategy for Haji savings products at Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang.*

*This research is a qualitative research with a descriptive approach. Sources of data obtained from primary data, namely data sourced from the results of research in the field including interviews with Marketing Managers, employees and customers. Secondary data is obtained from the website of research institutions or documents from research institutions. Then in collecting data, researchers used observational data, interviews, and documentation.*

*The results of the study stated that 1) the strategies implemented by Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang were in the form of door to door marketing, making presentations to institutions, getting closer to customers and contacting customers regularly. 2) In the Panin Dubai Syariah Bank, the supporting factor for the development of Haji savings products at Panin Dubai Syariah Bank is the Muslim majority community, the procedure for opening Haji savings is not complicated, the initial deposit is light. The most common inhibiting factors are related to costs.*

**Keywords: Banking, Marketing Strategy, Haji Savings**