

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Prosedur Pelayanan dan Strategi Pemasaran Produk Simpanan Haji di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS BMT PETA) Tulungagung”. Penelitian ini ditulis oleh Surya Ciptaning Putri, NIM. 1741143353, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag.

Penelitian ini di latar belakang karena adanya persaingan antar Koperasi Syariah saat ini, maka KSPPS BMT PETA menggunakan strategi pemasaran dengan mengeluarkan produk Simpanan Haji. Produk ini dibuat dalam rangka memberikan pelayanan yang memudahkan anggota untuk melakukan penyetoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) sekaligus membantu kelancaran penyelenggaraan Ibadah Haji.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana prosedur pelayanan produk Simpanan Haji di KSPPS BMT PETA? (2) Bagaimana strategi pemasaran produk Simpanan Haji di KSPPS BMT PETA? (3) Apa saja kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk Simpanan Haji di KSPPS BMT PETA? (4) Bagaimana solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala tersebut?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data adalah melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di KSPPS BMT PETA prosedur pelayanan produk Simpanan Haji adalah anggota datang ke KSPPS BMT PETA menemui *Customer Service*, *Customer Service* mengisi formulir serta menerbitkan buku tabungan, anggota melakukan setoran awal ke *Teller*, kemudian *Teller* memvalidasi buku tabungan beserta slip setoran dan memberikan kepada anggota. Strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS BMT PETA adalah dengan menggunakan brosur serta sosialisasi kepada jamaah. Sementara yang menjadi kendala memasarkan produk Simpanan Haji adalah tidak ada target untuk produk Simpanan Haji, perencanaan strategi yang kurang baik, promosi yang kurang optimal, kurangnya minat masyarakat terhadap produk Simpanan Haji, banyaknya lembaga yang menjual produk sejenis, kurang informasi dari pasar. Solusi dalam menghadapi masalah tersebut harus ada target untuk Simpanan Haji, promosi yang dilakukan harus lebih mengutamakan Simpanan Haji, menambah media promosi, menawarkan kepada setiap nasabah tentang produk Simpanan Haji serta mengikuti info-info produk terbaru yang ada di pasar.

Kata Kunci : Simpanan Haji, Prosedur Pelayanan, Strategi Pemasaran, Kendala Pemasaran, Solusi Menghadapi Kendala Tersebut.

ABSTRACT

The research with title "Analysis of Service Procedures and Marketing Strategies of Hajj Saving Product in Sharia Savings and Loan Cooperatives (KSPPS BMT PETA) Tulungagung. This research was written by Surya Ciptaning Putri, NIM. 1741143353. Faculty of Economics and Islamic Business, Sharia Banking Department, State Islamic Institute of Tulungagung, guided by Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag.

This research is motivated by the competition among Sharia Cooperatives at the moment. Therefore, KSPPS BMT PETA uses marketing strategies by issuing Hajj Savings product. The product is made in order to provide services that make it easier for members to deposit the Hajj pilgrimage costs (BPIH) and at the same time helping to run the Hajj.

The focus of this research is (1) How is the procedure of Hajj savings product's service in KSPPS BMT PETA? (2) How is the marketing strategy of Hajj savings product in KSPPS BMT PETA? (3) What are the obstacles faced in marketing Hajj savings product in KSPPS BMT PETA? (4) What are the solutions to be taken in dealing with the obstacles?

This study uses qualitative research methods with the type of case study research. Data sources used are primary data and secondary data. Data collection methods through observation, in-depth interviews, and documentation.

Based on the results of research conducted at KSPPS BMT PETA, in Hajj saving product procedures customers come to KSPPS BMT PETA to meet the customer service, then customer service fills out the form and publishes the savings book, customers make initial deposit to the teller, then the teller makes a validation to the savings book along with deposit slips and gives it to customers. Marketing strategies which KSPPS BMT PETA used are by using brochures and socialization to the congregation. Meanwhile, the obstacles in marketing Hajj saving product are there isn't any target for Hajj saving product, bad strategy planning, less optimal promotion, the lack of interest in society towards Hajj saving product, the number of institutions selling similar products, and less information from the market. The solution in dealing with these problems must have a target for Hajj Savings, the promotion must prioritize Hajj Savings, increase promotional media, offer each customer about Hajj Savings products and follow the latest product information on the market.

Keywords: Hajj Saving Product, Service Procedures, Marketing Strategies, Marketing Constraints, Solution to The Problem