

**PENERAPAN STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI DI
BANK BSI KCP MOJOSARI**

SKRIPSI

Oleh :

Novia Kodriana

NIM: 20201700231030



PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2024

**PENERAPAN STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI DI
BANK BSI KCP MOJOSARI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Fakultas Syariah Universitas KH. Abdul Chalim Untuk Memenuhi Salah Satu

Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Starta Satu Perbankan Syariah

Oleh:

Novia Kodriana

NIM: 20201700231030

Pembimbing:

Dr. Ceta Indra Lesmana, S.E., M.M

NIDN. 2114019403

**UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
Mojokerto**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2024

ABSTRAK

Novia Kodriana, 2024, Penerapan Strategi *Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Di Bank BSI KCP Mojosari, Skripsi Prodi Perbankan Syariah Universitas KH. Abdul Chalim (UAC), Pembimbing: Dr. Ceta Indra Lesmana, S.E., M.M

Kata Kunci: Strategi *Marketing Mix*, Tabungan Haji

Penerapan strategi *marketing mix* ini sangat penting untuk mempromosikan maupun memperkenalkan produk perbankan. Sebagaimana bank BSI KCP Mojosari menerapkan strategi *marketing mix* sebagai cara atau untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk tabungan haji dengan beraskan prinsip syariah Islam. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yakni untuk mengetahui penerapan strategi *marketing mix* yang dilakukan bank BSI KCP Mojosari dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji. jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu *field research* atau penelitian lapangan, dengan menggunakan sumber data primer yang dimana data diperoleh secara langsung dari pihak bank BSI KCP Mojosari. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *marketing mix* yang diterapkan bank BSI KCP Mojosari dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji dikatakan berhasil. Karena dilihat dari data jumlah nasabah yang mengalami peningkatan setiap tahunnya.

ABSTRACT

Novia Kodriana, 2024, *Implementation Of Marketing Mix Strategy In Efforts To Increase The Number Of Hajj Savings Customer Products At Bank BSI KCP Mojokerto*, Thesis Of Sharia Banking Study Program, KH. Abdul Chalim University (UAC), Supervisor: Dr. Ceta Indra Lesmana, S.E., M.M

Keyword: *marketing mix strategy, hajj saving*

Implementing this marketing mix strategy is very important for promoting and introducing banking products. Similarly, BSI KCP Mojokerto bank implements a marketing mix strategy as a way to promote or introduce hajj savings products based on Islamic sharia principles. The aims of this research is to determine the implementation of the marketing mix strategy carried out by BSI KCP Mojokerto bank in an effort to increase the number of customers for hajj savings products. The type of research used in this research is field research or field research, using primary data sources where the data is obtained directly from the BSI KCP Mojokerto bank. This research method uses a qualitative descriptive research method. The techniques used to collect data are observation, interview and documentation. The results of this research indicate that the marketing mix strategy implemented by BSI KCP Mojokerto bank in an effort to increase the number of customers in hajj savings products is said to be successful. Because it can be seen from the data that the number of customers has increased every year.

مستلخص البحث

نوفيا كودريانا، 2024، تنفيذ استراتيجية المزيج التسويقي في الجهود المبذولة لزيادة عدد عملاء منتجات ادخار الحج في بنك البنوك الشريعة إندو نيسيا مكتب فرعي موجوسارى، أطروحة برنامج دراسة المصرفية الإسلامية، جامعة كيبى حاج عبد الحلیم فاجت موجوكيرط، المشرف: دكتور سيتا إندرا ليسمانا ميحستيز

الكلمات الدالة: استراتيجية المزيج التسويقي، ادخار الحج

يعد تنفيذ استراتيجية المزيج التسويقي أمرًا مهمًا للغاية لترويج المنتجات المصرفية وتقديمها. وكما هو الحال مع بنك الشريعة إندو نيسيا مكتب فرعي موجوسارى، فإنه ينفذ استراتيجية المزيج التسويقي كوسيلة لترويج أو تقديم منتجات ادخار الحج بناءً على مبادئ الشريعة الإسلامية. الهدف من هذا البحث هو تحديد مدى تنفيذ استراتيجية المزيج التسويقي التي ينفذها بنك البنوك الشريعة إندو نيسيا مكتب فرعي موجوسارى في محاولة لزيادة عدد العملاء لمنتجات ادخار الحج. نوع البحث المستخدم في هذا البحث هو البحث الميداني، وذلك باستخدام مصادر البيانات الأولية حيث يتم الحصول على البيانات مباشرة من بنك البنوك الشريعة إندو نيسيا مكتب فرعي موجوسارى. يستخدم أسلوب البحث هذا طريقة البحث الوصفي النوعي. التقنيات المستخدمة لجمع البيانات هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تظهر نتائج هذا البحث أن استراتيجية المزيج التسويقي التي ينفذها بنك البنوك الشريعة إندو نيسيا مكتب فرعي موجوسارى في محاولة لزيادة عدد العملاء في منتجات ادخار الحج ناجحة. لأنه يتبين من البيانات أن عدد العملاء يتزايد كل عام.