

INTISARI

Analisa 7P Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Mandiri Untuk Menarik dan Mempertahankan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Wonosari)
Oleh : Resti Agustina (20110730062)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan Bank Syariah Mandiri Wonosari dalam memasarkan produk tabungan haji dengan menggunakan bauran pemasaran dengan 7P, yaitu: produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik,. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan menguraikan data yang. Data yang diperoleh menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi untuk memperoleh gambaran mengenai strategi pemasaran, selain itu dengan wawancara guna memperoleh informasi dan juga dokumentasi berupa jurnal, artikel, dan tulisan lain untuk mendukung penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran dalam menarik nasabah yaitu; memanfaatkan momen, aliansi dengan kelompok bimbingan ibadah haji dan majelis ta'lim, menggunakan cross selling dan retail. Untuk mempertahankan nasabah Bank Syariah Mandiri Wonosari yaitu; ketentuan untuk tabungan mabrur yang tidak boleh ditarik, bagi hasil yang diberikan lebih kompetitif, bebas biaya administrasi, pada saat saldo nasabah telah terpenuhi dapat online SISKOHAT untuk mendaftarkan haji, bermitra dengan tour and travel. Dalam memasarkan produk tabungan haji, Bank Syariah Mandiri menggunakan strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran dengan 7P.

Kata kunci: produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik, menarik dan mempertahankan nasabah.

ABSTRACT

7P's Analysis In Strategy Marketing Product Hajj Savings In Sharia Mandiri Bank To Attract and Retain Customers (A Case Study On Sharia Mandiri Bank Sub Branch Offices Of Wonosari)

By : Resti Agustina (20110730062)

This study aims to determine the strategies used by the Bank Sharia Mandiri of Wonosari in marketing products hajj savings by using the marketing mix 7P's, namely: product, price, location, promotion, people, process, and physical evidence. The method used in this study with a qualitative descriptive approach that illustrates and describes the data. Data obtained using the method of data collection by observation to obtain an overview of the marketing strategy, in addition to the interview in order to obtain information and documentation in the form of journals, articles, and other writings to support this research.

Results from this study can be concluded that the marketing strategy to attract customers, namely; seize the moment, an alliance with the guidance of Hajj and Islamic study groups, using cross selling and retail. To retain customers of Bank Sharia Mandiri of Wonosari namely; provisions for mabrur savings that should not be withdrawn, the more competitive the results given, administration fee, when the balance of the customer have been met can be online SISKOHAT to register Hajj, in partnership with the tour and travel. In marketing products hajj savings, Bank Sharia Mandiri use marketing strategies using the marketing mix 7P's.

Keywords: product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, attract and retain customers.