

## **ABSTRACT**

### **IMPLEMENTATION OF THE MARKETING MIX IN HAJJ IB MASLAHAH SAVINGS PRODUCT AT PT. BANK BJB SYARIAH SUB BRANCH OFFICE CIAMIS**

By :  
**Najla Al Ridla**  
203404079

Guidance I : Mira Rahmawati, S.P., M.M.  
Guidance II : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

*The purpose of this study is to find out the application of the Marketing Mix on iB masalahah hajj savings account product at PT. Bank BJB Syariah Sub Branch Office Ciamis, the sales development number on iB masalahah hajj savings accounts, obstacles and solutions. The data used is primary data and secondary data, research in data collection includes using participant observer, in depth interview, and library research. The results of this study, PT. Bank BJB Syariah Sub Branch Office Ciamis applied a 7P Marketing Mix to iB masalahah hajj savings account that includes the element of product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The implementation of the Marketing Mix is said to run well as evidenced by the increasing sales every year. In its implementation, the main obstacle is PT. Bank BJB Syariah Sub Branch Office Ciamis is struggling to market iB masalahah hajj savings accounts products due to limited marketing staff. The implementation of promotion strategy in PT. Bank BJB Syariah Sub Branch Office Ciamis recognized as inadequate or not optimal , however in order to overcome these obstacles, PT. Bank BJB Syariah Sub Branch Office Ciamis continues to improve the quality of their marketing at every element to meet needs and create customer satisfaction.*

*Keywords: Marketing Mix, Savings, Bank*

## ABSTRAK

### **PENERAPAN *MARKETING MIX* PADA PRODUK TABUNGAN HAJI IB MASLAHAH DI PT. BANK BJB SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU CIAMIS**

Oleh :

**Najla Al Ridla**  
203404079

Pembimbing I : Mira Rahmawati, S.P., M.M.  
Pembimbing II : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *Marketing Mix* pada produk Tabungan Haji iB Masalah di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis, perkembangan jumlah akun Tabungan Haji iB Masalah, hambatan serta solusinya. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dalam pengumpulan data teknik yang digunakan yaitu observasi langsung, wawancara mendalam, dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian ini PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis menerapkan bauran pemasaran 7P pada produk Tabungan Haji iB Masalah yang meliputi elemen Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Bukti Fisik, dan Proses. Penerapan bauran pemasaran di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis dikatakan berjalan dengan baik yang dibuktikan dengan adanya peningkatan penjualan produk Tabungan Haji iB Masalah di setiap tahunnya. Dalam pelaksanaannya hambatan yang dihadapi diantaranya PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis mengalami kesulitan dalam mensosialisasikan produk tabungan haji karena terbatasnya tenaga pemasaran. Penerapan strategi promosi di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis dirasa belum cukup atau kurang maksimal. Namun untuk menghadapi hambatan tersebut PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis terus meningkatkan kualitas pemasaran pada semua elemen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan menciptakan kepuasan nasabah.

Kata Kunci : *Marketing Mix*, Tabungan, Bank