

## ABSTRAK

### **Iis Susilawati, 1209220034, Efektivitas Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Ib Masalah Dalam Akad Mudharabah (Studi di Kantor Kas Bank BJB Syariah KCP UIN SGD)**

Kantor Kas Bank BJB Syariah KCP UIN SGD Bandung merupakan bank syariah yang memiliki produk tabungan haji dengan memakai konsep akad mudharabah. Dalam strategi bauran pemasarannya Kantor Kas Bank BJB Syariah KCP UIN SGD Bandung menerapkan bauran pemasaran 7P yang terdiri dari (*product, price, place, promotion, people, process, physical Evidence*). Fenomena naik turunnya jumlah nasabah tabungan haji ib masalah di Kantor Kas Bank BJB Syariah KCP UIN SGD Bandung disebabkan oleh faktor internal seperti oprasional bank dikatakan baru serta tidak memiliki tim marketing khusus, adapun faktor eksternal yaitu adanya pandemi Covid-19, persaingan ketat anatar bank, serta peraturan pemerintah terkait masa tunggu haji.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran 7P serta efektivitasnya dalam meningkatkan jumlah nasabah di Kantor Kas Bank BJB Syariah KCP UIN SGD Bandung.

Penelitian ini menggunakan konsep serta teori bauran pemasaran (Marketing Mix) 7P yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, teori efektivitas serta konsep pengukurannya menurut Richard M. Steers.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengambil data melalui wawancara, observasi, dokumentasi serta kepustakaan. Selanjutnya analisis data meliputi Reduksi data, Display data, serta penarikan kesimpulan menggunakan bantuan *Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software* (CAQDAS) dengan *software* Nvivo 12 untuk memastikan validitas dan reabilitas temuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kantor Kas Bank BJB Syariah KCP UIN SGD telah menerapkan unsur bauran pemasaran 7P yang terdiri dari (*product, price, place, promotion, people, process, physical Evidence*). Adapun unsur bauran pemasaran yang paling ditekankan dalam kegiatannya yaitu unsur bauran pemasaran *promotion*. Efektivitas Bauran pemasaran 7P yang diterapkan dalam meningkatkan jumlah nasabah yang dilakukan oleh Kantor Kas Bank BJB Syariah KCP UIN SGD Bandung sudah dikatakan efektif dilihat melalui 3 indikator yaitu pencapaian tujuan, integrasi, serta adaptasi dimana ketiganya memiliki keterkaitan dengan adanya peningkatan jumlah nasabah. Begitupun berdasarkan hasil perhitungan efektivitas peningkatan jumlah nasabah pada tahun 2019-2023 menunjukkan hasil positif. Jika dilihat dari kinerja keseluruhan selama 5 tahun dan akhirnya target terpenuhi maka dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan dikategorikan efektif.

**Kata kunci:** Kantor Kas Bank BJB Syariah KCP UIN SGD, Efektivitas, Bauran Pemasaran 7P, Tabungan Haji iB Masalah.