

***Strategy Analysis Of Sharia Bank In Increasing Customer Interest Using IB  
Taharoh At Bank DKI KCPS Bekasi***

***By Siti Nurajjah***

***Abstract***

*Currently, banks have experienced many developments, one of the problems that often manifests in banks is related to marketing. Therefore, banks are required to determine marketing strategies for iB Taharoh savings products that are accurate in running their business, especially to competitors. The purpose of this study bank's strategy is to attract customers using the iB Taharoh savings product at Bank DKI KCPS Bekasi. The results of this study can be concluded that Bank DKI KCPS Bekasi in implementing a marketing strategy using the 7Ps, namely product, price, distribution (place), and promotion (promotion), people (people), physical evidence, process (process). While the promotional mix carried out are sales promotion, public relations and publicity, direct marketing, word of mouth marketing and personal selling. Furthermore, the SWOT analysis of the bank is in the 1st quarter. Bank can carry out advanced and developing strategies by utilizing the internal strengths that exist at Bank DKI KCPS Bekasi in obtaining profits from external opportunities, namely by maintaining promotional activities through social media or directly attracting customers' interest so that they are known by the wider community to achieve increased business growth.*

***Keywords:*** *islamic bank, product marketing strategy, hajj savings*

## **Analisis Strategi Bank Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan IB *Taharoh* Pada Bank DKI KCPS Bekasi**

**Oleh Siti Nurajjah**

### **Abstrak**

Saat ini bank telah mengalami banyak perkembangan, salah satu problem yang kerap kali terwujud pada bank berhubungan dengan pemasaran. Oleh sebab itu bank wajib menentukan strategi pemasaran pada produk tabungan iB *Taharoh* yang akurat dalam menjalankan bisnisnya terutama kepada pesaingnya. Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana strategi bank menarik minat nasabah menggunakan produk tabungan iB *Taharoh* di Bank DKI KCPS Bekasi. Metode riset ini memakai metode kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan Bank DKI KCPS Bekasi dalam menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan 7P yakni produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*proccess*). Sedangkan bauran promosi yang dilakukan yaitu promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran secara langsung, pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal. Selanjutnya analisis SWOT pada bank berada pada kuadran 1. Bank dapat melakukan strategi yang maju dan berkembang dengan memanfaatkan kekuatan internal yang ada pada Bank DKI KCPS Bekasi dalam memperoleh profit dari peluang eksternal yakni dengan mempertahankan kegiatan promosi melalui media sosial maupun langsung dapat menarik minat nasabah sehingga dikenal oleh masyarakat luas untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang meningkat.

**Kata kunci:** bank syariah, strategi pemasaran produk, tabungan haji