

ABSTRAK

Norjanah. 2020. *Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Secara Online Pada Bank Syariah Mandiri KCP A.Yani Banjarmasin*. Jurusan D3 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Pati Matu Jahra, S.Ag., MSI (II) Fahrudin, A.Ab., ME.

Kata kunci. Strategi Pemasaran. Pembukaan Rekening Secara Online

Penelitian ini beranjak dari dilucurkannya layanan terbaru perbankan yakni pembukaan rekening secara online, yang sudah diterapkan oleh beberapa perbankan di Indonesia. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing para perbankan harus memiliki strategi khususnya pada bidang pemasaran agar nasabah tertarik terhadap layanan yang ditawarkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pembukaan rekening secara online pada Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin dan mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh bank dalam memasarkan pembukaan rekening secara online .

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara serta pengkajian dari data-data yang diperoleh kemudian akan dianalisis dan menghasilkan sebuah kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat (*Place*), Orang (*Peopple*), Proses (*Procces*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*). Adapun kendala yang dihadapi dalam memasarkan pembukaan rekening secara online ini terdapat pada sistem aplikasi, yakni lamanya proses penyelesaian rekening pada ‘Cek Status’, sering terjadinya pengulangan verifikasi (KYC Online), dan untuk pengaktifan aktivasi rekening nasabah belum tersedia pada kartu 3 (tri), Smartfren dan Axis, oleh karena itu dengan kendala-kendala tersebut dapat menghambat tujuan dari Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin untuk memperbanyak jumlah nasabah.