

ABSTRAK

Nur Azzahro, 2022. Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk *Taqsit* Pada Masa Pandemi Covid 19 di Koperasi Syariah Ar-Rahmah Banjarmasin. Skripsi, Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (I) Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, M.A. (II) Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M.Ag.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk *Taqsit*, Koperasi Syariah Ar-Rahmah

Penelitian ini berlatar belakang oleh strategi yang dilakukan Koperasi Syariah Ar-Rahmah Banjarmasin dalam upaya meningkatkan penjualan produk *taqsit* pada masa pandemi yang mana banyak orang yang terkena dampaknya. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi pemasaran produk *taqsit* pada masa pandemi covid 19.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, metode penelitian bersifat deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dengan langkah pemeriksaan data, klasifikasi, verifikasi dan kesimpulan. Teknik analisis data menggunakan metode atau cara berfikir induktif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Koperasi Syariah Ar-Rahmah menggunakan strategi pemasaran 4P diantaranya adalah strategi produk, strategi harga, strategi saluran distribusi atau tempat dan strategi promosi. Dan hanya ada kendala yang terjadi pada anggota yang mengalami permasalahan dalam hal bayar membayar yang macet dan persaingan antar koperasi yang pasti akan terjadi.