

## ABSTRAK

**Rika Hedayanti, 2022.** *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru Pada Masa Pandemi Covid-19.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing : H. Abdul Gafur, Lc., M.A.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Tabungan, Pandemi *Covid-19*

Munculnya pandemi *Covid-19* membuat kehidupan kacau. Pada sektor perbankan, hal tersebut membuat penurunan jumlah nasabah yang datang ke kantor, seperti yang peneliti amati pada saat penjajakan awal pada bank BSI KC Banjarbaru. Hal tersebut membuat pihak bank BSI KC Banjarbaru perlu memanfaatkan alternatif lain berupa pembukaan rekening secara *online*.

Rumusan masalah berkenaan dengan strategi pemasaran apa yang digunakan oleh Bank BSI KC Banjarbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pada masa pandemi *Covid-19* dengan tujuan mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BSI KC Banjarbaru pada masa pandemi *Covid-19*.

Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode deskriptif. Adapun subjek dalam penelitian ini ialah 1 orang karyawan pemasaran di Bank BSI KC Banjarbaru. Sedangkan objek yang akan diteliti strategi pemasaran. Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara. Pada penelitian ini, teknik analisis yang digunakan ialah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini ialah Bank BSI KC Banjarbaru menerapkan strategi pemasaran *marketing mix*, yakni *Product, Price, Promotion, dan Place*. Berdasarkan strategi yang dijalankan tersebut, Bank BSI KC Banjarbaru memperoleh pertambahan pembukaan rekening rata-rata sebanyak 440 NOA (*Number of Account*) perbulannya. Hal ini turut menunjang kenaikan kenaikan persentase penghimpunan Dana Pihak Ketiga secara nasional.