

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Studi Kasus: BSI KCP Gunung Tua, Sumatera Utara”, Disusun oleh Elsyah Raja Syah Harahap NIM. 3322077, Skripsi Mahasiswa Prodi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam negeri Sjech M. Djamil Djabek Bukittinggi

BSI KCP Gunung Tua dalam perkembangannya untuk meningkatkan jumlah nasabahnya mengalami berbagai kendala yang dihadapi, misalnya Jumlah penduduk di Kabupaten Padang Lawas Utara cukup besar, tetapi yang menjadi nasabah BSI KCP Gunung Tua masih sangat sedikit dibandingkan potensi yang ada. Pemasaran yang dilakukan BSI KCP Gunung Tua belum efektif karena masih mengandalkan promosi mulut ke mulut. Rendahnya literasi masyarakat tentang perbankan syariah berdampak pada kurangnya pemahaman mengenai prinsip dasar yang diterapkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang strategi yang dilaksanakan serta kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada BSI KCP Gunung Tua dalam meningkat jumlah nasabah. Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* yaitu, penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif, waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan. Dengan Lokasi penelitian BSI KCP Gunung Tua, Pengumpulan data yang penulis gunakan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan Teknik analisis data menggunakan Analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran Bank Syariah Inonesia dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah, Studi Kasus: BSI KCP Gunung Tua, Sumatera Utara dapat dilakukan dengan menerapkan strategi SO (Strenghts-Opportunity) yaitu dengan memberikan Pelayanan yang baik serta produk perbankan syariah yang berkualitas dimanfaatkan untuk menarik minat masyarakat yang mayoritas beragama Islam agar menggunakan jasa BSI. Kemudahan dan kecepatan proses pendaftaran dimaksimalkan untuk memperkuat *brand image* BSI sebagai bank syariah yang praktis dan terpercaya. Lokasi BSI yang strategis serta biaya layanan yang relatif lebih kecil dibandingkan bank lain juga dimanfaatkan untuk mendorong rekomendasi dari nasabah kepada masyarakat.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, SWOT