

ABSTRAK

Penelitian Livia Putri Ananda (2021) **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BANK SUMUT SYARIAH KANTOR CABANG MEDAN KATAMSO DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA.** Dibawah bimbingan Bapak **Alim Murtani, MA sebagai Pembimbing Skripsi.**

Dana pihak ketiga (DPK) adalah dana yang berasal dari masyarakat atau nasabah yang terdiri dari giro, tabungan dan simpanan berjangka, sertifikat deposito dan kewajiban segera lainnya. Secara teknis yang dimaksud danapihak ketiga pada perbankan syariah adalah giro wadiah, tabungan wadiah, deposito mudharabah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci. Dimana data penelitian diambil dari sumber data primer yang berupa kata-kata diperoleh dari wawancara dengan para informan yaitu seksi operasional dan seksi Peneliti juga menggunakan sumber data sekunder yang berupa beberapa buku jurnal ilmiah serta dokumen yang berhubungan dengan materi penelitian ini.

Hasil penelitian menyatakan Bahwa pandemi covid-19 berdampak pada Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan Katamso, dengan hal itu dana pihak ketiga menurun dari tahun sebelumnya akan tetapi dana pihak ketiga masih bisa mencapai target yang ditentukan dikarenakan perusahaan memiliki strategi yang tepat untuk bertahan dan tetap meningkatkan dana pihak ketiga dengan menggunakan beberapa strategi yaitu periklanan (*Advertising*) iklan merupakan bentuk komunikasi ke khalayak orang, Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk, Dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) suatu tindakan dari konsumen untuk menyediakan informasi kepada atau bagi konsumen yang lainnya, akan tetapi strategi yang dimanfaatkan dimasa pandemi ini adalah strategi NOA (number of account). Pertumbuhan tabungan ditahun 2020 yang menggunakan strategi NOA (number of account) terlihat meningkat sekitar 169% dari tahun tahun sebelum nya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Dana Pihak Ketiga