

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Akmil NIM 3321313** Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan Judul Skripsi “**Analisis Strategi Promosi Bank Syariah Di Era Digital (Studi Kasus Bank Sumut Syariah Kcp. Panyabungan).**”

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengevaluasi strategi promosi digital yang diterapkan oleh Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana strategi promosi digital dijalankan serta sejauh mana efektivitasnya dalam meningkatkan jangkauan informasi produk perbankan syariah kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari tiga orang, yaitu pimpinan cabang, customer service, dan account officer. Analisis data dilakukan dengan pendekatan bauran pemasaran (7P) yang mencakup aspek produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan telah menerapkan promosi digital melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, dengan fokus pada produk Pembiayaan Multiguna (PMG), Tabungan iB, dan layanan mobile banking. Namun, pelaksanaannya masih belum optimal karena keterbatasan tim khusus promosi digital, kurangnya desain konten yang menarik, serta belum adanya jadwal promosi yang terstruktur. Meskipun demikian, promosi digital tetap menjadi langkah strategis dalam membangun eksistensi bank syariah dan memperluas jangkauan informasi produk kepada masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Era Digital, Bank Syariah.