

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Ummi Hasanah, NIM 3322316** mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, dengan judul **“Optimalisasi Digital Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Syariah (Studi Kasus: PT. BPRS Jam Gadang (Perseroda) Bukittinggi)”**.

Rendahnya tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah di masyarakat serta meningkatnya persaingan industri perbankan, mendorong PT. BPRS Jam Gadang (Perseroda) Bukittinggi untuk mengoptimalkan digital marketing sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis optimalisasi digital marketing yang dilakukan oleh PT. BPRS Jam Gadang (Perseroda) Bukittinggi dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri dari pihak bank dan nasabah. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. BPRS Jam Gadang (Perseroda) Bukittinggi melakukan optimalisasi digital marketing melalui pemanfaatan media digital dan layanan perbankan digital sebagai sarana pemasaran dan pelayanan kepada nasabah. Digital marketing dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi produk perbankan syariah, mempermudah komunikasi antara pihak bank dan nasabah, serta mendukung pelayanan perbankan. Pemanfaatan digital marketing tersebut memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses informasi dan layanan perbankan sehingga mendukung peningkatan ketertarikan masyarakat untuk menjadi nasabah. Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat kendala, seperti perbedaan tingkat pemahaman teknologi di kalangan nasabah serta perlunya peningkatan sosialisasi layanan digital agar pemanfaatannya dapat berjalan lebih optimal.

Kata Kunci: Optimalisasi; Digital Marketing; BPRS, Jumlah Nasabah