

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan SimPel Sesuai Etika Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Capem Payakumbuh)**”, disusun oleh **Khairina (3322080)**. Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatar belakangi karena minimnya jumlah nasabah tabungan simpel dan belum adanya media digital sebagai sarana untuk promosi produk Tabungan Simpel yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Capem Payakumbuh. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran digital untuk meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Simpanan Pelajar sesuai etika syariah pada Bank Muamalat Indonesia Capem Payakumbuh.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. analisis data diperoleh data dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan bahan lain. kemudian disusun secara sistematis sehingga mudah dipahami.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan simpel adalah dengan digitalisasi dengan menekankan transparansi, sosialisasi prinsip syariah melalui platform media sosial, pembentukan tim pemasaran digital, dan promosi layanan mobile banking dan pembukaan rekening secara online, pengembangan produk syariah yang berbeda dan unik serta percepatan transformasi digital untuk segmen pelajar.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Digital, Produk Simpanan Pelajar, Bank Syariah