

## ABSTRAK

### **Lifatun NIM 1950410019 *Digital marketing* Lembaga Keuangan Syariah : Dampak Pemasaran Produk Melalui Media Sosial di KSPPS BMT Mitra Muamalah Jepara**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada masa sekarang ini menyediakan berbagai media komunikasi yang begitu beragam. Dengan adanya internet, maka akan timbul fenomena pemasaran yang berbasis internet yang disebut dengan *digital marketing*. *Digital marketing* sebagai pemasaran yang berbasis internet yang saat ini yang sangat mudah diakses oleh masyarakat. Pemanfaatan *digital marketing* melalui media sosial di BMT Mitra Muamalah Jepara tentunya memberikan dampak bagi pemasaran dengan begitu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis dampak dan strategi pemasaran produk melalui media sosial di KSPPS BMT Mitra Muamalah Jepara. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Digital marketing* melalui media sosial berdampak terhadap pemasaran produk di KSPPS BMT Mitra Muamalah Jepara mulai dari meningkatkan pendapatan, promosi, membangun citra merek dan meningkatkan traffic media sosial. Setelah diterapkannya *digital marketing* melalui media sosial dapat memudahkan BMT Mitramu dalam memasarkan produk-produknya. Selain itu, *digital marketing* melalui media sosial di KSPPS BMT Mitra Muamalah Jepara juga digunakan untuk menyebarkan dakwah mengenai ekonomi islam. Sedangkan strategi yang digunakan BMT Mitra Muamalah dalam memasarkan produknya dengan *digital marketing* melalui media sosial yaitu menentukan segmen pasar. Hal tersebut dilakukan untuk memudahkan target pasar yang ingin dicapai dengan menggunakan media sosial *whatsapp*, *instagram*, dan *facebook*.

**Kata Kunci : *Digital Marketing*, Lembaga Keuangan Syariah, Media Sosial.**