

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis dan uraian pembahasan pada halaman sebelumnya maka penulis menyimpulkan bahwa strategi pemasaran era digital yang digunakan pada Bank Syariah Indonesia KCP. Sentra Antasari berjumlah lima Strategi. Strategi tersebut berupa financial technology, sosial media, referal marketing, content marketing dan online advertising. Kelima strategi tersebut memberikan dampak positif bagi pengenalan produk Gadai Emas Berkah.

#### **B. Saran-Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan uraian pembahasan pada halaman sebelumnya penulis memberikan saran :

1. Setiap bank syariah tentunya memiliki strategi pemasarannya masing-masing dan pada Bank Syariah Indonesia KCP. Sentra Antasari sudah menerapkan berbagai strategi marketing yang dijalankan secara tradisional maupun digital. Penulis menyarankan agar Bank Syariah Indonesia KCP. Sentra Antasari dapat lebih memaksimalkan strategi pemasaran yang dilakukan secara digital mengingat saat ini semua dihadapkan dengan revolusi industri 4.0 yang mana semua hal dilakukan secara digital.

2. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia KCP. Sentra Antasari terutama dalam bagian Pawning agar dapat memaksimalkan strategi sosial media masing masing khususnya mengenai pengiklanan facebook dan Instagram. Selain itu juga perlu adanya pelatihan digital marketing untuk dapat menunjang performa kerja.
3. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensii dalam hal penyusunan sebuah penelitian mengenai strategi pemasaran yang dilakukan secara digital pada produk gadai emas. Namun bisa lebih fokus ke strategi pemasaran digital melalui sosial media karena strategi ini adalah salah satu strategi yang akan banyak diminati dan diterima masyarakat dengan baik. (Nugroho, 2021)