

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Pelaksanaan *digital marketing* pada Bank Muamalat Madiun selalu diusahakan dapat berjalan dengan lancar. Adapun beberapa saluran media digital dalam pemasarannya melalui *Instagram, Facebook, Twitter* dan *Wa Blast*. Pemasaran melalui *digital marketing* ini sebagai solusi ketika adanya pandemi. Sebelumnya pemasaran melalui jemput bola, namun pasca pandemi dengan adanya berbagai protokol kesehatan membuat berbagai kegiatan tatap muka berkurang. Menurut nasabah adanya *digital marketing* ini dapat memudahkan mereka dalam bertransaksi. Namun terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan *digital marketing* pada Bank Muamalat Madiun antara lain dari sisi pemahaman sarana digital khususnya nasabah yang sudah lanjut usia, serta dari sisi perbankan bahwa terdapat karyawan yang bukan dari latarbelakang perbankan dan IT.
2. Sebelum masa pandemi, Bank Muamalat Madiun menggunakan startegi pemasaran melalui jemput bola. Kemudian adanya wabah pandemi, akhirnya Bank Muamalat Madiun menerapkan strategi *digital marketing* dalam menyesuaikan dengan kondisi negri. Strategi *digital marketing* yang dilakukan Bank Muamalat

Madiun dapat dikatakan berhasil dengan meningkatkan jumlah nasabah dari tahun 2020 ke 2021. Keberhasilan *digital marketing* yang dilakukan didominasi melalui kanal Wa Blast. Pada tinjauan marketing syariah, indikator teistis, etis, dan realistik telah dipenuhi oleh Bank Muamalat Madiun selaku lembaga keuangan yang menganut prinsip syariah. Namun indikator humanistik sebagai kepedulian terhadap manusia, termasuk kesempatan dalam berkembang terbatas karena pemanfaatan teknologi digital.

## **B. Saran**

- a. Hasil peneliti ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran Bank Muamalat KCP Madiun dalam peran *digital marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah ditinjau dari *marketing syariah*
- b. Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai sumbangan yang berharga untuk menambah informasi bagi perkembangan ilmu pengetahuan
- c. Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat, meningkatkan kapasitas, menambah pengetahuan dan pengembangan ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah khususnya tentang peran *digital marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah ditinjau dari *marketing syariah*.

