

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. *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.
2. 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*.

### B. Saran

Akhir dari penulisan dalam skripsi ini, peneliti juga menyampaikan sedikit masukan yaitu meliputi:

1. Bagi KSPPS BMT Mitra Muamalah Jepara yaitu perlu menyediakan SDM (Sumber Daya Manusia) yang khusus mengelola media sosial agar media sosial di KSPPS BMT Mitra Muamalah Jepara dapat lebih efektif dalam memasarkan produk-produknya melalui media sosial.
2. Bagi peneliti lain yaitu agar penelitian selanjutnya untuk meneliti seberapa efektivitas *digital marketing* melalui media sosial di lembaga keuangan syariah maupun di bank syariah.