

## BAB VI

### SIMPULAN DAN SARAN

#### I.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan objek penelitian yaitu perusahaan pialang berjangka PT Midtou Aryacom Futures, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

- a. *Digital marketing* adalah aktivitas promosi, baik untuk mempromosikan sebuah brand, produk ataupun jasa menggunakan media digital.
- b. *Digital marketing* pertama kali digunakan di PT Midtou Aryacom Futures pada bulan September 2020
- c. *Digital marketing* ini diterapkan di PT Midtou Aryacom Futures agar menarik calon investor atau calon nasabah secara cepat dan tepat.
- d. *Digital marketing* penting untuk digunakan di masa pandemi covid-19 ini karena untuk menghemat biaya promosi, jangkauan yang luas, dapat membantu peningkatan penjualan sehingga terjadinya peningkatan jumlah nasabah, serta menjaga komunikasi serta interaksi dengan calon nasabah atau calon investor
- e. Penerapan *digital marketing* di masa pandemi covid-19 di PT Midtou Aryacom Futures, yaitu aktif menggunakan media sosial dengan platform Youtube.
- f. PT Midtou Aryacom Futures memiliki kurang lebih 350 pegawai/karyawan dengan melakukan training dalam kurun waktu 2 bulan sekali. Training dilakukan untuk meningkatkan *product knowledge* serta kualitas karyawan
- g. Aktivitas pemasaran di PT Midtou Aryacom Futures adalah tanggung jawab dari Direktur Operasional. Hasil dari strategi pemasaran melalui *digital marketing* dapat dilihat dari peningkatan nasabah di masa pandemi covid-19 melalui *digital marketing*.
- h. Adanya keunggulan kompetitif dan keunggulan utama yang dimiliki PT Midtou Aryacom Futures, diantaranya sistem transaksi yang mudah menggunakan aplikasi *metatrader 4 dan 5*, kemudian penarikan profit yang cepat dan mudah melalui website, serta dapat melakukan register akun secara mandiri melalui website. Keunggulan utama yang dimiliki diantaranya *best*

- i. *broker, same day withdrawal, real time trading signal, risk management tools, personal consultant, trusted track record, comprehensive education, dan yang terakhir safe regulated.*
- j. *Kebijakan yang dapat berpengaruh bagi perusahaan PT Midtou Aryacom Futures adalah dari lembaga pengawasan yaitu BAPPEBTI (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi)*
- k. *Faktor sosial seperti demografi dapat berpengaruh karena dapat dilihat dari tingkat pendapatan sehingga bisa menentukan calon investor atau calon nasabah potensial. Kemudian pola permintaan yang meningkat, karena pandemi covid-19 dan juga situasi market seperti adanya moment trading sehingga minat nasabah meningkat.*
- l. *Pengaruh teknologi juga dirasakan oleh PT Midtou Aryacom Futures, dengan adanya digital marketing yang memanfaatkan teknologi di zaman sekarang ini, penyebaran informasi jauh lebih mudah, jangkauan yang luas, kemudahan untuk berkomunikasi dan bertransaksi juga turut dirasakan.*
- m. *Sistem hukum di Indonesia dapat berpengaruh bagi PT Midtou Aryacom Futures, namun biasanya mengikuti arahan dari BAPPEBTI atau bursa terkait yaitu ICDX dengan mengimplementasikan peraturan perundang-undangan UU PBK No 32 Tahun 1997 dan perubahannya UU No 10 Tahun 2011.*
- n. *Isu lingkungan yang bisa mempengaruhi PT Midtou Aryacom Futures adalah kegagalan yang dialami oleh nasabah baik dari perusahaan kompetitor sehingga menimbulkan citra yang buruk dan penurunan minat masyarakat terhadap perusahaan pialang berjangka, dalam hal ini juga berdampak pada PT Midtou Aryacom Futures.*
- o. *Tipe calon investor atau calon nasabah dari PT Midtou Aryacom Futures yaitu persentase jumlah pria lebih besar dari persentase wanita dikarenakan kesiapan secara emosional dan juga finansial, dengan range usia 27-35 tahun. Adapun latar belakang calon nasabah atau calon investor diantaranya pegawai swasta, pemilik perusahaan, memiliki jabatan dalam pekerjaan potensial calon investor atau nasabah tersebut.*

- p. *Pasar yang menjadi target PT Midtou Aryacom Futures adalah kalangan pria atau wanita dewasa yang dapat dikatakan mandiri secara finansial, hal ini dikarenakan kemampuan secara emosional dan finansial juga penting untuk melakukan aktivitas trading*
- q. *PT Midtou Aryacom Futures ingin membangun image atau citra dimasyarakat sebagai perusahaan yang bisa membantu sekaligus mengedukasi masyarakat terkait dengan pialang berjangka dan seperti apa efektivitas dari kegiatan trading, sehingga mampu memberikan layanan yang baik, cepat, akurat serta profesional*
- r. *Produk yang tersedia di PT Midtou Aryacom Futures diantaranya commodity, forex, (foreign exchange), index, dengan commodity gold sebagai produk unggulannya.*
- s. *PT Midtou Aryacom Futures hanya sebagai penyedia layanan jasa, sehingga tidak menentukan spesifik harga produk. Hal ini dikarenakan semua harga produk mengacu pada bursa, yang sudah tertera di aplikasi meta trader 4.*
- t. *Pemilihan lokasi kantor PT Midtou Aryacom Futures yang terletak di UOB Plaza Thamrin Jakarta Pusat Lt.41 ini dikarenakan letak nya yang startegi, pusat kota, kemudahan akses kantor dan kemudahan untuk dijangkau oleh calon nasabah atau calon investor serta menjadi daya tarik calon nasabah atau calon investor.*
- u. *Media digital marketing yang digunakan yaitu youtube dan juga website resmi perusahaan PT Midtou Aryacom Futures yaitu [www.midtou.com](http://www.midtou.com) , yang mana diwebsite ini menyajikan layanan yang lengkap, penjelasan mengenai perusahaan secara lengkap dan dapat memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat tentang trading.*
- v. *Budget atau biaya dari digital marketing ini dibahas setiap semester, dengan rincian penganggaran berdasarkan pengalaman dan kategori platform yang digunakan. Dapat diketahui bahwa anggaran yang dikeluarkan tidak sedikit, namun dengan peningkatan serta pemanfaatan SDM yang tepat untuk mendukung digital marketing, sehingga berhasil untuk menekan biaya dari pemanfaatan digital marketing di masa pandemi covid-19.*

- w. *PT Midtou Aryacom* untuk segi evaluasi dari digital marketing yaitu evaluasi dilakukan dalam jangka waktu per semester yaitu (Q1, Q2, Q3, Q4), bentuk evaluasinya dilihat dari tingkat engagement yang terbentuk dari social media seperti Youtube, kemudian data pendukung lainnya seperti data peningkatan nasabah yang diperoleh melalui pemanfaatan digital marketing.

Dari beberapa point diatas, maka dapat dilihat bahwa penerapan digital marketing pada perusahaan PT Midtou Aryacom Futures cukup baik. Namun, perlu adanya inovasi dari segi sumber daya manusia, kemudian melakukan evaluasi dan juga memonitor aktivitas digital marketing, mulai dari hasil konten yang ada di platform youtube, dan juga memperhatikan social media lainnya seperti Instagram, facebook, twitter yang termasuk sebagai media promosi digital agar secara konsisten mampu untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan jumlah nasabah.

## **I.2 Keterbatasan**

Dalam proses penelitian, peneliti menyatakan terdapat keterbatasan dan hambatan yang dialami selama proses penelitian yaitu mengatur waktu wawancara dengan narasumber yang cukup sulit dikarenakan kesibukan dari narasumber yang tidak bisa ditinggalkan. Kemudian adanya keterbatasan akses data internal perusahaan.

## **I.3 Saran**

### **I.3.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau rujukan untuk penelitian dibidang pemasaran khususnya terkait dengan startegi *digital marketing*.

### **I.3.2 Aspek Praktis**

#### **1. Untuk Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi serta bisa menjadi referensi menginovasikan pemanfaatan *digital marketing* kedepannya pada PT Midtou Aryacom Futures.

## **2. Bagi Peneliti**

Selanjutnya kembangkanlah penelitian terkait dengan strategi *digital marketing*, dengan teknik analisis yang berbeda sehingga dapat memberikan wawasan dan juga informasi yang lebih baik terkait dengan pemanfaatan strategi *digital marketing*.

## **3. Mahasiswa**

Dapat dilakukan penelitian dengan menggunakan tema yang sama lalu menggunakan pendekatan yang berbeda serta teknik analisis yang berbeda

## **4. Pemerintah**

Ditingkat pemerintah, pemerintah diharapkan memperhatikan regulasi terkait dengan aktivitas perusahaan pialang berjangka di Indonesia serta, ketentuan tentang wakil pialang dengan lembaga terkait yaitu BAPPEBTI, sehingga dapat mendukung pergerakan dari perusahaan pialang berjangka.