

ABSTRAK

Era Revolusi Industri 4.0 telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk pasar modal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital PT BNI Sekuritas dalam menghadapi dinamika pasar global. Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi implementasi teknologi digital seperti kecerdasan buatan, Internet untuk segala, dan data besar dalam strategi pemasaran perusahaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa BNI Sekuritas memanfaatkan teknologi tersebut untuk meningkatkan efisiensi operasional, personalisasi layanan, dan keterlibatan pelanggan. Strategi pemasaran digital perusahaan berbasis analisis data, segmentasi pasar, dan penggunaan platform media sosial. Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan yang ketat dan rendahnya inklusi keuangan di beberapa wilayah, perusahaan berhasil menciptakan keunggulan kompetitif melalui pendekatan inovatif dan adaptif. Studi ini menyimpulkan bahwa integrasi teknologi digital dengan strategi pemasaran dapat memperkuat posisi BNI Sekuritas dalam industri pasar modal yang dinamis, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan literasi keuangan dan pengamanan data nasabah.

Kata Kunci: Revolusi Industri 4.0, pemasaran digital, kecerdasan buatan, data besar, Internet untuk segala, BNI Sekuritas.

ABSTRACT

The Industrial Revolution 4.0 era has driven digital transformation in various sectors, including the capital market. This study aims to analyze the digital marketing strategy of PT BNI Sekuritas in facing global market dynamics. A qualitative approach with a case study method is used to explore the implementation of digital technologies such as artificial intelligence, the Internet for everything, and big data in the company's marketing strategy. The research findings show that BNI Sekuritas utilizes these technologies to improve operational efficiency, service personalization, and customer engagement. The company's digital marketing strategy is based on data analysis, market segmentation, and the use of social media platforms. Despite facing challenges such as tight competition and low financial inclusion in some regions, the company has succeeded in creating a competitive advantage through an innovative and adaptive approach. This study concludes that the integration of digital technology with marketing strategies can strengthen BNI Sekuritas' position in the dynamic capital market industry, as well as provide recommendations for improving financial literacy and customer data security.

Keywords: Industrial Revolution 4.0, digital marketing, artificial intelligence, big data, Internet for everything, BNI Sekuritas