

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Strategi Pemasaran PT Prudential Life Assurance Tulungagung untuk meningkatkan penjualan *PRUlink Syariah* secara keseluruhan sudah menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan distribusi (*place*). Akan tetapi dari ke empat elemen bauran pemasaran tersebut, strategi promosi seperti periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*) dan penjualan pribadi (*personal selling*) lebih mendapatkan prioritas dibandingkan dengan aspek bauran pemasaran lainnya.

- a. Periklanan (*Advertising*)

PT Prudential Life Assurance Tulungagung menggunakan media cetak dan media elektronik. Media cetak, terdiri dari brosur, sedangkan media elektronik melalui website resmi dan media sosial.

- b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

PT Prudential Life Assurance Tulungagung melakukan promosi dengan menggunakan sales promotion dengan cara pemberian cinderamata

seperti jam dinding, payung dan parcel lembaran. Selain itu juga pemberian promosi hadiah atau bonus bagi agen yang berprestasi.

c. Hubungan Masyarakat (*Publicity*)

PT Prudential Life Assurance Tulungagung juga melakukan *group selling* dengan tujuan membuka pola pikir masyarakat tentang memiliki perlindungan jiwa dan asset sejak dini. Selain itu juga Prudential menjalin kerja sama dengan perusahaan dengan menawarkan produk asuransi pensiun, kesehatan dan tabungan.

d. Penjualan Pribadi (*Personal selling*)

Penjualan pribadi yang dilakukan oleh agen atau tenaga pemasar PT Prudential Life Assurance dengan cara *door to door*, yaitu agen atau tenaga pemasar langsung mendatangi rumah calon nasabah untuk memperkenalkan produk perusahaan hingga terjadinya transaksi penjualan *PRUlink Syariah*.

2. Mekanisme Sistem Agency sebagai strategi pemasaran *PRUlink Syariah* yang digunakan PT Prudential Life Assurance Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dalam hal ini Prudential menggunakan strategi agency, sebelum melaksanakan pemasaran PT Prudential Life Assurance mempersiapkan agen atau tenaga pemasar. Upaya yang dilakukan untuk mempersiapkan agen-agen baru dengan cara merekrut, mengikuti ujian keagenan, dan memberikan pelatihan (*training*). Kemudian dalam memasarkan *PRUlink Syariah* seorang agen atau tenaga pemasar melakukan prospekting langsung dengan beberapa langkah untuk

memasarkan asuransi syariah dengan melakukan pendataan calon nasabah yang potensial, pendekatan kepada calon nasabah, pencarian fakta calon nasabah, presentasi produk dan penutupan (*closing*) penjualan yang dilakukan oleh nasabah dengan pengisian formulir aplikasi yang disediakan. Dari langkah-langkah ini menjadi acuan utama bagi agen dalam menjalankan tugas dan kewajiban sebagai penompang organisasi perusahaan yang memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan, baik melalui pasar baru, maupun dari pasar yang sudah ada dengan menciptakan “*repeat order*” yang telah menjadi tujuan utama perusahaan.

B. Saran

1. Bagi PT Prudential Life Assurance Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Prudential Life Assurance Tulungagung sudah sangat baik, agen atau tenaga pemasar juga telah diberikan pelatihan (*training*) secara bertahap sehingga mereka memiliki bekal untuk terjun langsung ke lapangan guna menjual asuransi syariah. PT Prudential Life Assurance harus terus meningkatkan kinerja perusahaan dalam segala hal, khususnya terus meningkatkan kinerja agen. Sehingga perusahaan dapat terus mempertahankan eksistensi usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Bagi akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan daftar bacaan, referensi, dan dapat memberikan sumbangan perbendaharaan perpustakaan di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti tentang strategi pemasaran asuransi syariah.