

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan efektivitas strategi promosi PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah di masa pandemi covid-19, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah di masa pandemi covid-19 ini hanya beberapa yang bisa diterapkan seperti periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*public relation*) memberikan pelayanan prima, menjalin hubungan erat, memanfaatkan jejaring sosial, bergabung dengan komunitas dan melakukan kegiatan yang bersinergi dengan usaha jasa secara tulus. Sedangkan seperti strategi penjualan tatap muka (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*), tidak dapat di terapkan dimasa pandemi covid-19.
  
2. Efektivitas strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah di masa pandemi covid-19 berdasarkan data jumlah nasabah pada tabel 4.2 yang telah penulis tampilkan pada penyajian data, strategi promosi yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin masih belum efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah selama masa pandemi Covid-19. Berdasarkan data telah terjadi penurunan nasabah dari tahun 2019-2020 senilai 46,96% dan tahun 2020-2021 senilai 32,70%. Walaupun, telah melakukan strategi promosi melalui jejaring sosial dengan tujuan adanya menarik

minat nasabah terhadap produk Asuransi yang ditawarkan. Namun, strategi tersebut tidak membuat jumlah nasabah meningkat selama masa pandemi Covid-19.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan laporan penelitian, analisis serta simpulan yang sudah dilakukan, maka penulis memiliki beberapa saran untuk diajukan yang bertujuan demi kebaikan serta kemajuan kita bersama khususnya perusahaan asuransi PT. Jasindo Syariah KP Banjarmasin, sebagai berikut:

1. Saran untuk perusahaan asuransi PT. Jasindo Syariah KP Banjarmasin sebagai masukan dari penulis agar kedepannya mungkin bisa melakukan pengembangan strategi promosi terutama pada periklanan, promosi penjualan dan publisitas. Kemudian, untuk penjualan langsung bisa diterapkan kembali dengan pendekatan yang lebih persuasif.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya, karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian di masa covid-19 maka penulis sangat terbuka untuk menerima masukan dan saran dari semua civitas akademika serta penulis berharap agar kedepannya penelitian ini akan dilanjutkan oleh peneliti yang lain menggunakan perseptif yang berbeda.