

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan fokus penelitian, penyajian data dan analisis, serta pembahasan temuan penelitian dari “Analisis Strategi Promosi Pada Produk Asuransi Jiwa Syariah Prucinta Melalui Media Social (Studi Pada PT. Prudential Prufure Bjs Di Banjarmasin)”, sebagai berikut:

#### **1. Strategi promosi pada produk Asuransi Jiwa Syariah Prucinta melalui media social (Studi pada PT. Prudential Prufure Team Bjs di Banjarmasin)**

Dalam rangka mengenalkan dan mempromosikan produk Asuransi Jiwa Syariah Prucinta, PT. Prudential di Banjarmasin telah merancang strategi promosi yang cermat dan berfokus pada media sosial. Keputusan pemilihan media sosial sebagai saluran promosi didasarkan pada efektivitas dalam mencapai audiens yang lebih luas dan berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial. Instagram dianggap sebagai platform yang paling efektif karena cocok untuk konten visual dan interaksi langsung. Secara keseluruhan, pendekatan PT. Prudential mencerminkan komitmen pada aspek keadilan, transparansi, dan etika dalam promosi produk Asuransi Jiwa Syariah Prucinta. Dengan demikian, perusahaan ini tidak hanya memperkuat posisi mereka dalam pasar asuransi jiwa syariah, tetapi juga mendukung perkembangan industri yang lebih etis secara keseluruhan.

## **2. Prinsip-prinsip islami yang dilakukan prudential dalam strategi promosi pada produk Asuransi Jiwa Syariah Prucinta melalui media sosial (Studi pada PT. Prudential Prufure Team Bj8 di Banjarmasin)**

Dalam mempromosikan produk Asuransi Jiwa Syariah Prucinta melalui media sosial, PT. Prudential di Banjarmasin telah menerapkan pendekatan yang komprehensif dan berkomitmen. Mereka mengintegrasikan prinsip-prinsip Islami, nilai-nilai sosial, dan fokus pada kepercayaan pelanggan dalam strategi promosi mereka, Prudential menggunakan media sosial untuk mempromosikan konsep saling gotong royong dan berbagi risiko dalam asuransi syariah. Mereka berbagi cerita sukses dan pengalaman pelanggan, menciptakan rasa kebersamaan dalam komunitas online dan mempromosikan budaya serta nilai-nilai yang positif. Transparansi adalah kunci dalam komunikasi produk mereka melalui media sosial. Prudential menjelaskan dengan rinci semua aspek produk, menyediakan konten edukasi yang transparan, dan berbagi testimonial pelanggan yang menguatkan kepercayaan pelanggan.

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait Analisis Strategi Promosi Pada Produk Asuransi Jiwa Syariah Prucinta Melalui Media Social (Studi Pada PT. Prudential Prufure Bj8 Di Banjarmasin)”, berikut ini beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diambil:

**1. Kepada Komisaris Utama dan Direktur Pemasaran PT. Prudential**

- a. Terus tingkatkan kualitas dan kuantitas konten yang mendukung prinsip-prinsip Syariah. Selain testimonial pelanggan, pertimbangkan untuk menyediakan konten edukasi yang lebih mendalam tentang aspek-aspek Syariah dalam produk Anda. Ini dapat membantu mengedukasi audiens dan membentuk persepsi positif terkait asuransi Syariah.
- b. Terus tingkatkan kualitas dan kuantitas konten yang mendukung prinsip-prinsip Syariah. Selain testimonial pelanggan, pertimbangkan untuk menyediakan konten edukasi yang lebih mendalam tentang aspek-aspek Syariah dalam produk Anda. Ini dapat membantu mengedukasi audiens dan membentuk persepsi positif terkait asuransi Syariah.

**2. Kepada Direktur Pemasaran**

- a. Sediakan pelatihan khusus bagi tim pemasaran untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang sensitivitas budaya dan nilai-nilai Islam yang berbeda-beda di berbagai wilayah.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas, memperkuat komitmen dan meningkatkan laba bagi PT serta dijadikan Evaluasi agar lebih baik.