

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi bauran promosi yang dilakukan PT. Prudential Life Assurance Kampung Melayu Cabang Banjarmasin ada empat yaitu *Advertising* (Periklanan), *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung), *Personal Selling* (Penjualan Pribadi), dan *Publicity* (Hubungan Masyarakat). Strategi *Advertising* dan *Direct Marketing* dikelola oleh perusahaan pusat PT. Prudential *Life Assurance*. Iklan dalam bentuk pamflet dan video ditayangkan melalui media cetak dan media digital. *Direct marketing* dilakukan melalui *Instagram*, *Website*, dan akun *Youtube* perusahaan. Strategi *Publicity* dan *Personal Selling* dikelola sendiri oleh PT. Prudential Life Assurance Kampung Melayu. *Publicity* dilakukan melalui kegiatan seminar dan sosialisasi ke berbagai instansi dan perusahaan. *Personal selling* dilakukan melalui para agen asuransi yang menawarkan produk secara pribadi kepada calon nasabah, dan strategi ini yang paling dominan di PT. Prudential *Life Assurance* Kampung Melayu Cabang Banjarmasin.
2. Manfaat strategi bauran promosi yang dilakukan PT. Prudential Life Assurance kampung Melayu Cabang Banjarmasin melalui *Advertising*, *Direct Marketing*, *Publicity* dan *Personal Selling* masih belum optimal,

karena selama ini yang paling dominan manfaatnya untuk menginformasikan (*informing*), membujuk target nasabah (*persuading*) dan mengingatkan merek (*brand*) perusahaan adalah strategi *Personal Selling* melalui para agen, namun selama pandemi Covid-19 kegiatan agen menjadi terbatas sehingga jumlah nasabah dan pendapatan cenderung menurun.

B. Saran

Berikut saran yang dapat peneliti sampaikan antara lain:

1. PT. Prudential Life Assurance kampung Melayu Cabang Banjarmasin dapat mengoptimalkan strategi promosi selain penjualan langsung melalui agen, misalnya dengan meningkatkan hubungan masyarakat dan melakukan promosi penjualan.
2. Peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang strategi promosi asuransi syariah dapat memfokuskan penelitian pada tema pemasaran digital yang belum dibahas secara mendalam dalam penelitian ini.