

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tersebut, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi *direct marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. Asuransi Umum Bumida 1967 Cabang Banjarmasin menunjukkan hasil bahwa perusahaan melakukan pendekatan secara personal. Perusahaan menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti *WhatsApp*, email, kunjungan langsung, dan media sosial untuk menjangkau calon nasabah. Agen pemasaran berperan penting dalam membangun komunikasi yang intens dengan calon nasabah, mulai dari memperkenalkan produk hingga memberikan penawaran sesuai kebutuhan. Strategi ini terbukti efektif karena mampu menjalin hubungan yang lebih dekat dengan calon nasabah dan mempermudah proses edukasi mengenai manfaat asuransi.
2. Tantangan yang dihadapi dalam penerapan strategi *direct marketing* menunjukkan hasil bahwa perusahaan mempunyai beberapa tantangan antara lain adalah keterbatasan jumlah agen yang berpengalaman, tingkat respons calon nasabah yang masih rendah, serta perlunya kemampuan komunikasi yang baik dari agen agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Selain itu, masih ada kendala dalam hal menjangkau segmen pasar tertentu yang belum sepenuhnya memahami pentingnya asuransi. Meski

begitu, pihak perusahaan terus melakukan inovasi dan evaluasi untuk memperbaiki pendekatan yang digunakan agar hasilnya semakin maksimal.

B. Saran

1. Bagi perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas dan kapasitas tenaga pemasaran, terutama dengan memberikan pelatihan rutin terkait teknik komunikasi dan pemahaman produk. Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial dan digital marketing agar dapat menjangkau generasi muda serta calon nasabah yang lebih luas dengan cara yang lebih modern dan efisien.
2. Bagi masyarakat diharapkan lebih terbuka terhadap informasi mengenai produk asuransi dan tidak ragu untuk mencari tahu lebih dalam tentang manfaatnya. Dengan memahami pentingnya perlindungan finansial melalui asuransi, masyarakat dapat membuat keputusan yang lebih bijak dalam merencanakan masa depan dan mengelola risiko yang tidak terduga.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, terutama karena hanya berfokus pada satu cabang dan menggunakan pendekatan kualitatif. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian, baik dari segi wilayah maupun pendekatan yang digunakan, misalnya dengan menggabungkan metode kuantitatif untuk melihat pengaruh *direct marketing* secara statistik terhadap peningkatan jumlah nasabah.