

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan berkenaan dengan strategi pemasaran *personal selling* dapat disimpulkan suatu jawaban permasalahan yang ada yaitu:

1. Dalam memasarkan produknya supaya lebih maju dan berkembang PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang menggunakan 2 strategi pemasaran yaitu strategi pemasaran melalui *personal selling* dan *direct selling*. Adapun pemasaran *personal selling* melalui 2 perantara yaitu agen dan kasié pemasaran. Seorang agen memasarkan dengan cara menggunakan media offline seperti: melakukan kunjungan langsung, menyebarkan brosur, memasarkan kepada kerabat terdekat, teman, dan masyarakat. Sedangkan kasié pemasaran melakukan pemasaran tidak terjun langsung di lapangan akan tetapi menetap diperusahaan dengan melakukan pemasaran kepada calon nasabah yang

datang ke perusahaan. Adapun pemasaran melalui *digital marketing* yaitu memasarkan produk melalui media sosial. Dengan demikian, nasabah dapat tertarik untuk membeli produk yang terdapat di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang. Adapun untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang juga menggunakan strategi analisis SWOT yang mana hasil dari analisis SWOT yaitu:

PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang berada pada kuadran *growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), dengan penerapan GOS tersebut perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga perusahaan dapat

menyeimbangi pesaing lain yang mengeluarkan produk sejenis.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diajukan penulis dari penelitian yang telah dilakukan adalah :

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan strategi pemasaran *personal selling* dalam mencapai target penjualan polis asuransi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya meneliti lebih dalam lagi terkait strategi pemasaran *personal selling* dalam meningkatkan penjualan polis pada asuransi. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya sehingga apabila ada yang kurang bisa lebih di tambahkan atau lebih di lengkapi.
3. Bagi perusahaan, diharapkan untuk terus melakukan upaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan strategi *personal selling*, kualitas pelayanan perusahaan yang baik sehingga

akan meningkatkan keputusan pembelian nasabah akan semakin lebih baik dan meningkat seiring dengan peningkatan pelayanannya.