

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT Asuransi Umum Bumiputra Muda 1967 Cabang Serang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Untuk Meningkatkan penjualan produk PT. Asuransi Umum Bumiputra Muda 1967 Cabang Serang, memiliki strategi yang cermat meski tidak sempurna dalam pelaksanaannya. PT. Asuransi Umum Bumiputra Muda 1967 Cabang Serang menerapkan beberapa siklus penjualan produk agar berjalan dengan baik. Siklus penjualan PT. Asuransi Umum Bumiputra Muda 1967 Cabang Serang masih efektif dan terdapat beberapa siklus penjualan atau tahap penjualan diantaranya: Tahap perencanaan (*planning*) , tahap prospek (*prospecting*), tahap pendekatan (*approaching*), tahap pencarian fakta (*fact finding*), keberatan (*handing objection*), presentasi (*presentation*), tahap penutupan (*clossing*), tahap pelayanan setelah penjualan (*after selling skill*).
2. Strategi Penerapan bagi para agen di penjualan PT. Asuransi Umum Bumiputra Muda 1967 Syariah Cabang Serang ini menerapkan

program (RABU PINTAR) agar para marketing lebih kompeten dan memahami produk untuk dipasarkan kepada para calon nasabah.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di PT. Asuransi BUMIDA cabang serang, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk asuransi syariah agar tepat dan dapat memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar dapat mencapai hasil maksimal.
2. Penelitian ini hanya fokus pada satu perusahaan Asuransi Umum Bumi Putra dan sempel terbatas, diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan lebih baik
3. Diharapkan untuk peneliti kedepannya dapat meneliti lebih banyak lagi mengenai *skill* penjualan dalam produk asuransi syariah .