

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

berdasarkan pada hasil penelitian, serta data dan diskusi sebelumnya, diputuskan bahwa strategi pemasaran *financial advisor* yang digunakan PT.AXA Mandiri dalam menarik minat generasi Z untuk berasuransi yaitu: pertama, dalam pemilihan produk harus sesuai kebutuhan generasi Z. Kedua, untuk harga memberikan harga yang terjangkau untuk generasi Z dan masuk akal. Ketiga, Perusahaan menyediakan sosial media dan *financial advisor* memasarkan produk-produk lewat sosial media. Keempat, merencanakan pasar yang akan dituju oleh generasi Z, misal dalam melakukan promosi menggunakan brosur, mengadakan seminar di kampus, promosi melalui *lead generator* dan *customer generator*. Kelima, kriteria dalam menyeleksi seorang *financial advisor* harus berpenampilan menarik dan tentunya harus memiliki semangat yang tinggi dalam bekerja. Keenam, memberitahu manfaat produk-produk. Ketujuh, lokasi strategi tempat yang nyaman dilengkapi dengan fasilitas memadai. Metode pemasaran yang dilakukan PT. AXA Mandiri yaitu pemasaran langsung dengan menemui nasabah melalui *financial advisor*, *financial advisor* yang biasa ditempatkan di beberapa bank BSI dan Mandiri dan promosi menggunakan sosial media atau media cetak sebagai alat promosinya.

## B. Saran

Dari kesimpulan yang sudah dibuat maka ada beberapa saran yang dapat disampaikan :

1. PT. AXA Mandiri memperbarui pemasaran digital. Perusahaan dapat bekerja sama dengan ahli dalam pemasaran digital untuk membuat pemasaran yang menarik bagi masyarakat. Akibatnya, niat untuk mengkaji asuransi harus dikembangkan oleh perusahaan asuransi.
2. Tugas *financial advisor* tidak dapat digantikan, meskipun pemasaran digital di sosial media saat ini sangat diminati. Hendaknya para *financial advisor* merasa nyaman di tempat kerja mereka, sehingga mereka dapat melakukan pekerjaan mereka dengan baik. Dengan adanya jurusan asuransi syariah, insyaallah dapat membantu perkembangan industri asuransi di Indonesia semakin berkembang kedepannya dan dapat membantu mensosialisasikan produk asuransi kepada Generasi Z.