

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis SWOT yang dilakukan terhadap strategi pemasaran *selling*, *recruiting*, dan *training* pada produk PRUANugerah Syariah PT Prudential Life Assurance, terlihat bahwa perusahaan menerapkan Strategi Berorientasi pada Pertumbuhan (*Growth Oriented Strategy*). Hal ini disebabkan karena diagram cartesius analisis SWOT menunjukkan bahwa kuadran pertama, yang merupakan kondisi sangat positif, memiliki nilai total skor tertinggi.

Dengan peluang serta pertumbuhan yang dimilikinya, karena meningkatnya minat masyarakat terhadap produk asuransi berbasis syariah. Pemasaran digital dapat memanfaatkan peluang ini untuk menjangkau lebih banyak calon nasabah, terutama generasi muda, Biaya tinggi dalam pelatihan, rekrutmen, dan pemasaran langsung (*direct*) adalah masalah utama. Untuk mengatasi masalah ini, prudential dapat memperkuat daya saingnya dan mendukung pertumbuhan strategi pemasaran *selling*, *recruiting* dan *training* pada produk PRUANugrah Syariah di pasar melalui strategi yang menggabungkan pemasaran langsung (*direct*) dan digital (*indirect*), melaksanakan program magang

untuk mengurangi biaya rekrutmen, dan mengoptimalkan pelatihan online dan *soft skills* untuk meningkatkan loyalitas agen.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi PT. Prudential Life Assurance

Diharapkan untuk terus mengoptimalkan strategi pemasaran digital agar dapat menjangkau lebih luas, terutama generasi muda., dengan fokus pada edukasi produk syariah. Selain itu program pelatihan berbasis teknologi dan intensif bagi agen dapat meningkatkan efektifitas dan loyalitas tim pemasaran.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk menggali lebih dalam aspek efektivitas pemasaran digital dalam menarik nasabah asuransi syariah. Selain itu, penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas agen asuransi dalam jangka panjang dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan masyarakat lebih aktif mempelajari produk asuransi syariah sebagai perlindungan finansial yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dengan pemahaman yang lebih baik, masyarakat

dapat membuat keputusan yang tepat dalam memilih produk asuransi.

4. Bagi Penulis

Agar hasil penelitian lebih relevan bagi perusahaan dan bermanfaat bagi pembaca, maka penulis harus terus mempelajari strategi pemasaran dan asuransi syariah untuk mempertimbangkan metode yang lebih inovatif dan praktis.