

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas mampu ditarik kesimpulan Pemasaran Strategi PT. Asuransi Syariah Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang, bahwasanya pemasaran produk asuransi syariah pada sebagai berikut:

1. Penelitian mengenai Perusahaan Bumiputera Muda 1967 Serang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki potensi yang besar dalam pasar asuransi syariah, didukung oleh pengalaman yang kuat dan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi, seperti kompetisi yang ketat dan kebutuhan untuk meningkatkan strategi pemasaran
2. Berlandaskan hasil pada Matriks IFAS diperoleh total nilai skor dan total nilai bobot sebesar 2,90. Dengan nilai skor dan total nilai bobot sebesar 2,90 dapat ditarik kesimpulan bahwasanya perusahaan pada posisi berada pada posisi yang sangat kuat. Kondisi tersebut menunjukkan faktor internal relatif lebih kuat dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan sehingga dapat mengatasi kelemahannya. Berdasarkan analisis EFAS yang menghasilkan nilai skor dan total bobot sebesar 2,53, Perusahaan Bumiputera Muda 1967 Serang menunjukkan kemampuan untuk merespons faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman yang dihadapi. Selanjutnya, berdasarkan analisis IE, posisi produk perusahaan terletak pada

sel V. Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal, yang dapat ditemukan pada sel 2 dan 5. Dengan menerapkan strategi ini, perusahaan diharapkan dapat memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas pangsa pasar dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Strategi bisnis yang harus dipilih oleh perusahaan tersebut terletak pada pasar yang lumayan menguntungkan serta strategi yang digunakan merupakan konsolidasi (sel 5). yaitu dengan strategi lebih defensive memastikan agar tidak kehilangan penjualan dan memperluas pemasaran produk asuransi. Perusahaan pada posisi sel saat ini dapat memperluas jangkauan pemasaran, dengan cara meningkatkan jumlah tenaga pemasaran agen asuransi dan melalui pengembangan teknologi Pemasaran Digital Menggunakan media sosial, konten edukatif, dan memperluas pemasaran digital untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya asuransi.

B. SARAN

1. Bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan strategi pemasaran ini dapat meningkatkan pemasaran produk asuransi syariah pada PT. Asuransi Syariah Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.

2. Bagi Mahasiswa UIN SMH Banten

Hasil ini diharapkan menjadi sumber kajian dan sumber inspirasi bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini belum sepenuhnya sempurna karena keterbatasan peneliti. Untuk mengembangkan penelitian ini dimasa yang akan datang, diharapkan para peneliti dapat melakukan analisis pemasaran produk asuransi syariah menggunakan metode SWOT.