

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dengan melihat hasil dari analisis mendalam yang menjadi kajian peneliti pada produk Asuransi Salam Anugerah Harapan pada PT. Sun Life Financial Syariah Cabang Kota Tangerang, maka terdapat beberapa kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Strategi pemasaran produk ASAH menggunakan strategi jempit bola. Sebuah produk unggulan yang dikeluarkan oleh PT. Sun Life Financial Syariah yaitu ASAH dimana produk ini merupakan produk asuransi jiwa tradisional yang berbasis syariah dengan menawarkan manfaat perlindungan jiwa dan manfaat akhir kontrak. Produk ini tidak hanya dapat mengantisipasi risiko kematian saja, tetapi juga dapat merencanakan tabungan jangka panjang untuk berbagai kebutuhan seperti dana pendidikan, dana pensiun, persiapan peremajaan bisnis, pelunasan biaya haji, hingga tabungan multiguna lainnya, semuanya dikelola dengan prinsip syariah yang adil dan amanah.

2. Berdasarkan hasil analisis SWOT, diketahui bahwa nilai total matriks IFE yaitu **2,6** menempatkan perusahaan pada posisi yang cukup kuat untuk bersaing, artinya perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan. Sedangkan nilai total matriks EFE yaitu **3,26** dimana total skor ini berada diatas nilai rata rata maka posisi eksternal perusahaan berada dalam posisi kuat.
3. Berdasarkan hasil dari matriks IE posisi perusahaan berada pada kuadran II artinya perusahaan berada di posisi *Grow and Build* (tumbuh dan membangun).
4. Berdasarkan matriks SWOT strategi alternatif yang bisa diterapkan oleh perusahaan yaitu:
  - a. Perluasan distribusi melalui *bancassurance* syariah dan pengembangan produk *family plan* atau paket keluarga syariah.
  - b. Optimalisasi *digital marketing* dan layanan digital *self service*.
  - c. Edukasi publik untuk melawan minimnya kesadaran proteksi dan memanfaatkan keunggulan produk untuk menghadapi persaingan.
  - d. Pelatihan advisor untuk digital marketing dalam menghadapi persaingan dan pengembangan produk mikro untuk mengatasi keterbatasan harga dan kondisi ekonomi

5. Melalui analisis QSPM, diperoleh prioritas strategi yang direkomendasikan untuk PT. Sun Life Financial Syariah Cabang Kota Tangerang yang memiliki nilai TAS tertinggi diperoleh strategi pengembangan produk, yaitu dengan menambah fitur paket keluarga syariah (*family plan*), menghadirkan produk mikro, serta menyediakan layanan digital *self-service*, yang memperoleh skor total 6,54. Sementara itu, urutan prioritas berikutnya adalah strategi penetrasi pasar, yang dilakukan melalui optimalisasi promosi digital, perluasan jaringan distribusi lewat bancassurance syariah, serta edukasi kepada masyarakat untuk mengatasi rendahnya kesadaran akan pentingnya proteksi, dengan skor 6,37.

## **B. Saran**

Sehubungan dengan hasil penelitian, peneliti memberikan sejumlah saran kepada PT. Sun Life Financial Syariah Cabang Kota Tangerang yaitu:

1. Untuk dapat menjangkau lebih banyak calon nasabah dan dapat membantu mengatasi keterbatasan lokasi kantor yang kurang strategis. Sun Life Syariah Cabang Kota Tangerang diharapkan dapat lebih mengoptimalkan dalam memanfaatkan penggunaan media digital, website dan platform online untuk memasarkan dan mempromosikan produk ASAH secara maksimal.

2. Untuk menyampaikan informasi produk secara lebih efektif kepada calon nasabah perusahaan harus **meningkatkan** keahlian para *advisor*, terutama dalam bidang pemasaran digital dan pemahaman prinsip syariah.
3. Untuk memperluas jangkauan pemasaran produk ASAH diperlukan kerja sama yang lebih erat dengan bank syariah dan lembaga keuangan lainnya sebagai saluran distribusi.
4. Perusahaan harus meningkatkan strategi promosi berbasis nilai-nilai keislaman, mengingat mayoritas masyarakat di kota Tangerang beragama islam sehingga perlu adanya edukasi mengenai pentingnya asuransi syariah sebagai bentuk perlindungan keuangan.
5. Perusahaan perlu meningkatkan inovasi produk agar lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern tanpa meninggalkan prinsip syariah untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.