

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan uraian yang telah penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi pemasaran produk asuransi *motorkoe* yang dilakukan oleh PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang adalah dengan menggunakan agen/mitra kerja dan menggunakan website. Strategi pemasaran melalui agen/mitra kerja dilakukan dengan cara bekerjasama dengan dealer motor, door to door, dan dari mulut kemulut. Strategi pemasaran melalui website dilakukan dengan cara memasarkan produk asuransi *motorkoe* secara online.

B. Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan dalam hal strategi pemasaran ini adalah:

1. Kepada pihak perusahaan, dan khususnya bagi pihak pemasaran agar menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan aturan dan syariat yang berlaku karena pemasaran merupakan bagian yang penting dalam suatu organisasi perusahaan.
2. Kepada perusahaan PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 supaya meningkatkan pemasaran melalui website supaya lebih berkembang dan lebih efektif lagi strategi perusahaan yang ada di perusahaan BUMIDA.