

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa ada beberapa strategi pemasaran produk wakaf yang diterapkan di PT. Sun Life Financial Syariah Cabang Kota Tangerang yaitu, Strategi Pemasaran Melalui Agen. Merupakan strategi yang efektif karena terdapat keuntungan bagi tenaga pemasarnya yaitu tenaga pemasar lebih mengetahui kondisi calon nasabah secara langsung kemudian Strategi pemasaran melalui kerja sama dengan lembaga terpercaya sangat menguntungkan perusahaan karena mayoritas masyarakat Indonesia di dominasi oleh masyarakat muslim sehingga membuat tingkat kepercayaannya terhadap produk wakaf ini meningkat, serta wakaf di Indonesia dapat berkembang menjadi wakaf produktif.

Adapun hasil analisis SWOT yaitu strategi yang diterapkan perusahaan adalah strategi *konsentrasi melalui integrasi vertikal* (sel 1), pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertikal dengan cara *backward integration* (mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara *forward integration*

(menggambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki kompetitif yang kuat dalam industri yang berdaya tarik tinggi.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat penulis ajukan untuk PT. Sun Life Financial Syariah Cabang Kota Tangerang adalah:

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang wakaf manfaat asuransi
2. Perusahaan harus memanfaatkan kekuatan untuk meminimalisir ancaman eksternal dan internal.
3. Perusahaan harus meningkatkan lagi promosi penjualan