

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan PT. Generali Life Syariah Indonesia pada produk Aku Berbagi adalah dengan cara *hunter*, *farmer* dan media sosial. *Hunter* merupakan aktivitas *agen* untuk mengajak orang dengan cara satu persatu atau *one by one* untuk ikut bergabung di Aku Berbagi. *Farmer* merupakan aktivitas untuk mendekati kelompok atau komunitas untuk mengajak mereka dan mengajak anggotanya untuk ikut gabung ke Aku Berbagi. Media sosial merupakan media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi. menggunakan media sosial sebagai alat promosi Produk Aku Berbagi adalah cara

yang simpel dan praktis. Media sosial yang dipilih di antaranya yaitu Facebook, Instagram, dan Youtube.

2. Di dalam memasarkan suatu produk, tidak terlepas dari adanya faktor penghambat dan pendorong. Faktor penghambat meliputi banyaknya persaingan produk wakaf manfaat asuransi dan manfaat investasi dengan perusahaan asuransi lain, banyak masyarakat yang masih awam dengan asuransi syariah, banyak masyarakat muslim yang belum mengetahui produk wakaf manfaat asuransi syariah dan masyarakat masih beranggapan bahwa wakaf menunggu kaya. Sedangkan faktor pendorong meliputi inovasi produk Aku Berbagi, memiliki agen pemasar yang beragama muslim dan kerjasama dengan berbagai lembaga wakaf. Dengan melihat faktor penghambat dan pendorong di atas, maka pemasaran yang dilakukan oleh agen Aku Berbagi semakin termotivasi untuk lebih giat lagi dalam memasarkan Aku Berbagi.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Sosialisasi kepada masyarakat harus dilakukan secara terus menerus dan meluas.
2. Memberikan motivasi secara terus menerus untuk membangkitkan semangat kinerja karyawan khususnya bagian marketing.
3. Melakukan evaluasi secara berkala dan rutin kepada para agen pemasar untuk meningkatkan skill para agen pemasar.
4. Terus memberikan pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa nyaman dan tidak beralih ke asuransi lain.