

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa ada beberapa strategi pemasaran produk dana haji yang diterapkan di PT. Sun Life Financial Syariah Cabang Kota Tangerang yaitu, strategi pemasaran melalui Agen. Merupakan strategi yang efektif karena dapat keuntungan bagi tenaga pemasarannya 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 dana haji ini meningkat, serta dana haji di Indonesia dapat berkembang menjadi investasi.

1. Strategi pemasaran melalui Agen. Merupakan strategi yang efektif karena dapat keuntungan bagi tenaga pemasarannya. Yaitu tenaga pemasar lebih mengetahui kondisi calon nasabah secara langsung.
2. Adapun hasil analisis strategi pemasaran yaitu Strategi yang diterapkan perusahaan adalah Strategi Segmentasi Pasar, Strategi Penentuan Pasar (*Targeting*), Strategi Posisi Pasar (*positioning*).
3. Berdasarkan strategi yang diterapkan perusahaan Strategi Produk, Strategi Harga, strategi Tempat, dan Strategi Promosi

## **B. Saran**

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

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat tentang dana haji manfaat asuransi
2. Perusahaan harus memanfaatkan kekuatan untuk meminimalisir ancaman eksternal dan internal.
3. Perusahaan harus meningkatkan lagi promosi penjualan kepada perusahaan asuransi, bank, perusahaan BUMN agar kedepannya produk asuransi dana haji bisa berjalan dengan lancar dan masyarakat juga tau bahwa produk asuransi dana haji bisa mendapatkan tempat yang terbaik.