

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dari itu penulis dapat menyimpulkan hasil dari analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) pada produk asuransi kendaraan mobilkoe menunjukkan bahwa produk asuransi mobilkoe ini sangat kuat akan tetapi juga memiliki ancaman. Dari dua nilai tersebut PT. BUMIDA 1967 Cabang Serang dalam pemasaran produknya menduduki posisi pada sel VII (tujuh).
2. Strategi pemasaran yang dapat digunakan perusahaan adalah strategi pertumbuhan melalui diversifikasi umumnya yang dilaksanakan oleh perusahaan yang memiliki kondisi *competitive position* yaitu sebagai berikut.
  - a. Mengembangkan produk asuransi mobilkoe yang sesuai dengan kebutuhan agar mengikat daya beli masyarakat khususnya kota Serang.
  - b. Mengembangkan pemasaran produk dengan mengikuti perkembangan zaman melalui internet dengan

memanfaatkan media promosi *online* seperti *facebook*, *instagram*, *zoom meeting* dan yang terbaru yaitu melalui aplikasi tiktok yang sedang *hype* disemua kalangan.

- c. Memberikan pandangan positif kepada masyarakat akan pentingnya asuransi untuk memproteksi diri dari risiko yang kan sewaktu- waktu terjadi dimana saja dan kapan saja.

## **B. Saran**

Perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk mencegah ancaman yang akan datang. Promosi harus lebih gencar lagi dan lebih menarik di semua media khususnya media sosial sehingga produk asuransi kendaraan mobil koe tidak hanya dikenal oleh kalangan tertentu, tetapi semua kalangan.