

BAB 5

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, terkait strategi pemasaran penjualan produk asuransi kesehatan unit link di PT. Prudential Life Assurance cabang Gresik yang dilakukan oleh Leader dan Agent dapat disimpulkan bahwa *Leader* dan *Agent* PT. Prudential Life Assurance Cabang Gresik telah menerapkan tahap perumusan strategi dengan mengembangkan visi misi, mengidentifikasi kekuatan dan hambatan eksternal maupun internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan alternatif strategi dan memilih strategi khusus.

Pada tahap implementasi strategi, Leader dan Agent telah menerapkan langkah-langkah mencapai target nasabah yang telah dilakukan. dengan mengembangkan kebijakan tentang inovasi produk, memiliki usaha yang telah dilakukan dalam pemasaran produk asuransi, dan memiliki perjanjian kompensasi dengan PT. Prudential.

Sedangkan dalam tahap evaluasi strategi, Leader dan Agent memiliki hasil yang berbeda dari strategi pemasaran yang telah mereka lakukan. Dengan adanya peningkatan penjualan, melakukan evaluasi kembali jika strategi tidak berjalan dengan baik, dan melakukan tindakan korektif.

Baerdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahawa adanya manfaat secara finansial dan non finansial dari strategi yang telah dilakukan *Leader* dan *Agent* PT. Prudential Life Assurance cabang Gresik. Yang dibuktikan dengan secara finansial mendapatkan komisi yang jelas dari perusahaan atas peningkatan penjualan dan mengetahui adanya produktivitas dalam penjualan. Serta manfaat non finansialnya yaitu meningkatkan skill dan penjualan produk asuransi kesehatan unit link, mengetahui adanya pesaing, dan mempunyai strategi tertentu.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan saran kepada *Leader* dan *Agent* PT. Prudential Life Assurance Cabang Gresik yaitu :

- 1) Menemukan cara yang lain terkait pengembangan inovasi strategi pemasaran yang dilakukan Leader dan Agent supaya tidak sama dengan kompetitor sekaligus mengikuti perkembangan teknologi di era modern. Dengan tujuan supaya dapat bertahan dalam bisnis asuransi meskipun semakin banyaknya kompetitor.
- 2) Selalu melatih dan mengembangkan skill *Leader* dan *Agent* dalam hal pemasaran produk asuransi kesehatan. Selain itu memiliki mindset untuk membantu dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memiliki asuransi untuk menghindari resiko hidup yang sewaktu-waktu dapat terjadi.

Memberikan kecepatan layanan yang maksimal dan sesuai dengan kebutuhan atau tingkat kemampuan calon nasabah agar tertarik untuk membeli atau melakukan konsultasi terkait asuransi kesehatan.