

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bab ini merupakan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya:

1. Ada beberapa aspek penerapan strategi pemasaran produk mitra mabrur (asuransi haji) di Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang. Berikut ini kesimpulan dari masing-masing aspeknya:

- a. Aspek diferensiasi, dari aspek diferensiasi ada dua komponen yaitu *Service* atau pelayanan dan citra, *service* atau pelayanan yang diberikan oleh Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang cukup memuaskan bagi nasabah mitra mabrur dibandingkan perusahaan asuransi lainnya. Pelayanannya yang cepat dan jelas, pemberian informasi yang singkat dan gampang dimengerti oleh nasabah membuat para nasabah merasa puas. Asuransi Syariah Bumiputera juga menggunakan sistem kerja mutual, maksudnya bahwa Asuransi Bumiputera merupakan perusahaan yang berbentuk usaha bersama, pelayanannya pun bersifat kekeluargaan sehingga membuat para nasabah nyaman karena merasa sama-sama memiliki.
- b. Aspek *marketing mix*, Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang menerapkan dari masing-masing konsep *marketing mix*, yaitu:
 - 1) Produk

Produk asuransi syariah yang dikeluarkan Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang dapat diandalkan sebagai solusi dari permasalahan yang sering dihadapi oleh masyarakat. Dengan adanya produk mitra mabrur (asuransi haji) di asuransi Bumiputera Syariah Cabang Semarang dengan harapan bisa membantu dalam melakukan pengaturan, pengumpulan dan pengelolaan pembiayaan untuk kebutuhan masa depan. Proses ini berbeda dengan bentuk tabungan karena dalam asuransi tidak ada unsur pengambilan yang dilakukan sewaktu-waktu oleh nasabah. Hal inilah yang menjadi penegas bahwa produk mitra mabrur yang ada dalam asuransi Bumiputera Syariah Cabang Semarang dalam pengelolaan keuangan untuk masa depan bisa utuh dan menyeluruh.

2) Harga

Harga premi yang ditetapkan oleh Asuransi Syariah Bumiputera Syariah Cabang Semarang minimal Rp. 300.000,00 per tiga bulan. Proses pembayaran premi tersebut bermacam-macam, nasabah dapat membayar sesuai kebutuhan dan kemampuan, seperti: tahunan, setengah tahunan dan bulanan. Dengan harga premi yang relatif rendah Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang bermaksud agar dari semua kalangan masyarakat mampu menabung untuk menyisihkan uang buat naik haji.

3) Lokasi

Secara fisik lokasi Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang berada di pusat perkotaan, mudah terjangkau oleh transportasi dan mudah diingat oleh masyarakat karena satu lokasi dengan Asuransi Bumiputera Konvensional yang lebih dahulu berdiri dibanding yang syariah.

4) Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang hanya mengandalkan salah satu dari bauran promosi (*promotion mix*) yakni *personal selling* (penjualan perorangan). Dalam *personal selling* terdapat aspek iklan karena melalui komunikasi antara agen dengan nasabah, agen sering memaparkan atau menerangkan produk secara detail.

c. Aspek *selling*

Sistem *selling* pada Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang menggunakan kemampuan *personal selling* (penjualan perorangan) dan *group selling* (penjualan grup) bila keadaan pasar mengharuskan adanya *group selling*. serta kemampuan merekrut, membina dan mengembangkan agen.

2. Ada beberapa kendala dalam penerapan strategi pemasaran mitra mabrur (asuransi haji) di Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang. Berikut ini adalah kesimpulan dari kendala-kendalanya:

- a. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya asuransi sehingga hal ini menjadi tanggungan sekaligus tantangan tersendiri bagi seluruh karyawan khususnya para agen Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang untuk memberikan pemahaman tentang produk-produk Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang.
- b. Banyak agen atau pemasar lain yang memasarkan produk asuransi yang tidak sesuai dengan keadaan produk atau yang hanya memperlihatkan yang baik bagian luarnya dan membunyikan jeleknya. Sehingga masyarakat merasa tertipu dan trauma akan produk asuransi.

B. Saran

Berdasarkan realita yang penulis temui dalam penelitian ini, ada saran yang dapat penulis ajukan, yaitu meskipun telah berhasil meningkatkan pertumbuhan perlu adanya pertimbangan untuk menambah bauran pemasaran pada aspek promotion yaitu tidak hanya menggunakan *personal selling* agar Asuransi Syariah Bumiputera lebih dikenal oleh masyarakat secara luas.

C. Penutup

Demikian hasil penelitian berupa skripsi yang dapat penulis susun. Penulis sadar bahwa dalam penulisan ini jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan, demi perbaikan penulisan karya ilmiah ini dan karya-karya ilmiah selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua.