

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. PT Asuransi Jiwasraya Cabang Prabumulih. Suatu strategi promosi yang dilakukan PT asuransi Jiwasraya Cabang Prabumulih ke desa-desa yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan asuransi dengan prospek atau kunjungan ke instansi maupun ke desa-desa ternyata setelah dijalankan belum cukup efektif dikarenakan kurangnya ketertarikan masyarakat terutama di desa-desa dengan produk asuransi, mereka beranggapan bahwa lebih baik menyimpan uang sendiri ketimbang harus menabungkan uangnya di perusahaan Asuransi.
2. pendapatan yang dihasilkan masyarakat desa belum mencukupi untuk membeli produk asuransi. Maka dari itu perlu adanya kesiapan yang sudah direncanakan dengan baik untuk meningkatkan strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan asuransi.
3. Dampak terhadap strategi yang dilakukan baik dari dampak positif ataupun negatif dari kedua dampak tersebut perusahaan harus mampu menanggulangi dampak yang terjadi baik dari internal maupun eksternal supaya dalam meningkatkan penjualan asuransi dapat berjalan sebagaimana mestinya.

5.1 Saran

1. Diharapkan dimasa mendatang Perusahaan Asuransi jiwa bersama PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Prabumulih melakukan strategi promosi yang berbeda contohnya: melalui media elektronik ataupun media massa dengan demikian media tersebut lebih memudahkan cara berpromosi agar dapat menghemat waktu dan biaya, disamping itu dapat mengurangi resiko yang tidak inginkan yang dapat berakibat fatal.
2. PT.Asuransi Jiwasraya Cabang Prabumulih dalam memberikan informasi kepada calon tertanggung mengenai harga asuransi yang akan dipilih oleh calon tertanggung hendaknya memberikan informasi yang sejelas-jelasnya pada setiap harga asuransi yang akan dipilih oleh calon tertanggung, sehingga sampai pada pelaksanaannya tidak terjadi hambatan-hambatan yang tidak diinginkan.