

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Manajemen strategi dalam meningkatkan kepercayaan nasabah Asuransi PT. AJSB Bumiputera cabang Kediri adalah dengan berbagai langkah yaitu memberikan servis yang memuaskan, memberikan info secara berkala, meningkatkan hubungan simbiosis mutualisme (saling menguntungkan).
2. Manajemen strategi dalam meningkatkan kepercayaan nasabah asuransi pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri di tinjau dari marketing syari'ah diantaranya dilihat dari faktor pendukung dan penghambat agen dalam mempertahankan loyalitas kepercayaan calon nasabah syariah sendiri, yaitu untuk pendukungnya dari pihak PT. AJSB Bumiputera akan memberikan berbagai program untuk menjalankan kinerja seseorang agen yang bersifat rohani maupun materi yaitu dengan menerapkan prinsip-prinsip yang ada pada marketing syari'ah seperti jujur, amanah dan bertanggung jawab, selain itu adanya pelatihan-pelatihan bagi agen baru maupun lama kemudian adanya *reward* dari pihak pusat jikalau memenuhi target yang telah ditentukan oleh pihak PT. AJSB Bumiputera Cabang Kediri. Sedangkan untuk faktor

penghambat misalnya, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah, nasabah susah ditagih, dan pandangan yang negatif terhadap asuransi syariah hal itu diselesaikan dengan cara menerapkan sistem tolong menolong.

B. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas, ada beberapa saran untuk beberapa pihak, yaitu:

1. Diharapkan ke depannya pihak marketing syariah lebih memperhatikan terkait implementasi di lapangan. Hal ini dikarenakan dari peneliti lakukan terlihat bahwa sistem yang telah dirancang oleh pihak asuransi bumi putra sudah cukup baik akan tetapi di lapangan terdapat sejumlah problem, semisal tidak mau membayarnya nasabah, penolakan terhadap tawaran produk asuransi bumi putra, kurang nya kepandaian para marketing dalam memberi penjelasan dan pendekatan kepada nasabah dan yang semisal dengan itu.
2. Untuk peneliti selanjutnya, saya pribadi menyarankan untuk lebih berhati-hati dalam meneliti terkait marketing syariah. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini peneliti menemukan adanya sejumlah problem yang meliputi marketing syariah PT. AJSB Bumiputra. Sehingga PT. AJSB Bumiputera Cabang Kediri masih diliputi oleh pertanyaan tentang kebebasannya dalam beroperasi.