

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang strategi *public relation* PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera cabang Kediri dalam mempertahankan nasabah di era pandemi covid 19 ditinjau dari komunikasi Islam melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi *public relation* PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri dalam mempertahankan nasabah adalah strategi *customer relation manajemen* (manajemen hubungan pelanggan) memiliki kemampuan untuk memungkinkan bank memahami perilaku pembelian nasabah dengan lebih baik, atau paling tidak memahami hal-hal lain yang dapat diperoleh, dan untuk menentukan tipe komunikasi yang harus dijalin bank dengan nasabah dan strategi *media relation* (hubungan dengan media) digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi opini publik dari negatif agar menjadi positif.
2. Strategi *public relation* PT. Asuransi Jiwa syariah Bumiputera Cabang Kediri dalam mempertahankan nasabah ditinjau dari komunikasi Islam adalah kegiatan yang ada dalam strategi *customer relation manajemen* atau manajemen hubungan pelanggan dan strategi *media relation* telah sesuai dengan prinsip dasar komunikasi Islam dan prinsip komunikasi dalam Al-Qur'an.

#### **B. Saran**

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk memahami pentingnya strategi *public relation* dalam mempertahankan nasabah untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan jasa keuangan.
2. Kepada pihak perusahaan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam mengambil keputusan dan mempertimbangkan strategi-strategi lain yang akan dikembangkan untuk memajukan perusahaan khususnya strategi untuk mempertahankan nasabah.
3. Bagi karyawan diharapkan tetap menjaga kerjasama agar dapat menjalankan tugas dengan baik dan diharapkan semakin loyal kepada lembaga dan memperbaiki serta meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki.