

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian pada bab V diatas, maka dapat dituliskan beberapa kesimpulan antara lain:

1. Lembaga asuransi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri adalah sebuah lembaga yang berkegiatan dibidang pengasuransian jiwa. Lembaga ini resmi berdiri dan beroperasi secara aktif pada 2016 tepatnya tanggal 5 September. Lembaga PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera memiliki lebih dari 50 kantor pemasaran syariah yang terletak di 39 kota dan jumlah tenaga pendukung sebanyak 3.000 orang yang ahli dan berpengalaman dibidangnya, dimana salah satunya berada di Kediri.
2. PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri menawarkan berbagai macam produk asuransi, antara lain Mitra *Mabrur Plus*, Mitra *Iqro Plus*, Mitra *BP Link* Syariah, *AJB Assalam Family*, Mitra *Ekawarsa*, Mitra *Perlindungan Kecelakaan Diri*, Mitra *Ta'awun* Pembiayaan Manfaat Tetap, Mitra *Ta'awun* Pembiayaan Manfaat Menurun Proporsional, dan Mitra *Ta'awun* Pembiayaan Manfaat menurun Majemuk.
3. Penerapan pemasaran yang dilakukan PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri, yakni pemasaran secara offline dan online. Pemasaran online baru dilakukan pada tahun 2017 melalui media Whatsapp, Instagram, Youtube, dan Facebook. Namun, pemasaran

online yang paling aktif yakni melalui media Whatsapp. Pemasaran online menunjukkan hasil yang efektif dalam meningkatkan jumlah peserta dari tahun ke tahun.

4. Strategi pemasaran online berdasarkan perseptif marketing syariah yang dilakukan PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri adalah penerapan kejujuran, kredibilitas, komunikatif, cerdas, konsistensi, dan menerapkan kaidah sifat *ta'awun* (tolong-menolong).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri

Bagi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri, hendaknya saat ini lebih gencar lagi dalam pemanfaatan berbagai media sosial sebagai wadah pemasaran onlinenya. Hal ini dikarenakan, pemasaran online yang dilakukan diberbagai media berpotensi mendatangkan lebih banyak lagi customer untuk perusahaan. Kemudian, diharapkan PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri segera merekrut atau memiliki admin pemasar (*marketer*) online, agar tidak terjadi tumpang tindihnyanya *jobdesc* para karyawan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, apabila ingin meneliti mengenai strategi pemasaran online pada perusahaan asuransi berdasarkan persepektif marketing syariah, hendaknya menggunakan metode penelitian dan teori yang lain. Hal ini ditujukan, agar hasil penelitiannya dapat menggambarkan

secara menyeluruh mengenai strategi pemasaran online dari berbagai sudut pandang teori yang digunakan.