

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh agen PT. Prudential Life Assurance dalam mendapatkan nasabah asuransi kesehatan dengan metode *segmentation* yaitu mengidentifikasi dengan mengelompokkan calon nasabah dari latar belakang. Adapun yang diidentifikasi adalah usia, status perkawinan, jumlah anggota keluarga, riwayat kesehatan serta yang paling utama dari segi pekerjaan. Kemudian agen akan mengedukasi dan menawarkan produk asuransi kesehatan yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah.

Dengan metode *positioning*, agen Prudential Indonesia menggunakan cara pendekatan dengan membangun hubungan baik terlebih dahulu, guna mengetahui permasalahan calon nasabah. Kemudian dilihat dari aspek lingkungan, terutama menggunakan bahasa sederhana yang mudah diterima.

Untuk metode *targeting* yang dilakukan oleh agen Prudential Indonesia adalah meninjau dari latar belakang calon nasabah dengan memanfaatkan relasi guna mendapatkan informasi mengenai kemungkinan resiko yang dapat dijadikan acuan untuk menawarkan produk asuransi.

Agen Prudential Indonesia mengembangkan kualitas pemasaran yang efektif dengan terjun ke masyarakat langsung ataupun menggunakan media sosial. Cara mengatasi kendala dalam memasarkan produk asuransi adalah memberikan simulasi *resume*, beserta gambaran kepuasan nasabah yang telah bergabung dengan PT. Prudential Life Assurance.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis memberikan saran kepada agen PT. Prudential Life Assurance yaitu :

1. Memberikan pelayanan yang terbaik agar calon nasabah tertarik dan nyaman ketika berkonsultasi mengenai asuransi kesehatan.

2. Selalu mengikuti teknik pemasaran dengan berkembangnya teknologi di era modern.