

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya, agen asuransi Vision Corporation memanfaatkan penggunaan media sosial dalam melakukan kegiatan pemasaran (*social media marketing*). Kegiatan *branding* serta *sales promotion* produk Allianz dilakukan melalui media sosial Instagram. Masing-masing agen asuransi Vision Corporation memanfaatkan Whatsapp dalam melakukan *direct marketing*.

*Personal selling* merupakan pilihan utama agen asuransi Vision Corporation dalam melakukan penjualan produk asuransi. Dalam tahap *prospecting and qualifying* hingga *preapproach*, agen asuransi harus menunjukkan citra Allianz sebagai perusahaan penyedia asuransi terpercaya dan unggul. Penting bagi agen asuransi untuk membangun hubungan yang baik serta mendapatkan kepercayaan dari calon nasabah. Vision Corporation mengimplementasikan sistem pengelompokan calon nasabah dengan sistem daftar nama, dimana calon nasabah dikelompokkan berdasarkan *ring 1* sampai *ring 3*.

Pada tahap *presentation and demonstration*, agen asuransi Vision Corporation harus memiliki integritas dan kredibilitas sebagai tenaga pemasar dan penjual. Agen harus memiliki pemahaman akan produk Allianz agar dapat mengkomunikasikan keunggulan produk selama penjualan. Penampilan rapih dan professional serta kesiapan alat penunjang penjualan merupakan hal yang wajib diperhatikan dalam pertemuan dengan calon nasabah. Penggunaan Bahasa tubuh, intonasi, pelafalan, serta cara komunikasi merupakan beberapa hal dari segi komunikasi yang harus diperhatikan oleh agen asuransi Vision Corporation.

Dalam tahapan *Overcoming Objections*, agen asuransi Vision Corporation harus tetap bisa memberikan respon yang baik serta bersikap tenang dalam

menghadapi hambatan seperti penundaan maupun penolakan dari calon nasabah. Agen dapat menggunakan kalimat persuasif kepada calon nasabah untuk meningkatkan peluang *closing*.

Penjualan secara tatap muka langsung merupakan pilihan utama agen asuransi Vision Corporation dalam melakukan aktivitas penjualan produk asuransi Allianz. Akan tetapi, penjualan secara tatap muka *virtual* harus tetap dilakukan mengingat efektifitas dan kemudahan yang ditawarkan dalam menjangkau nasabah dengan lokasi dan waktu yang berbeda. Perkembangan zaman dengan digitalisasi di berbagai sektor akan membuat penjualan secara *virtual* menjadi semakin relevan untuk beberapa tahun mendatang.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat topik seputar asuransi maupun komunikasi pemasaran dalam melakukan penjualan. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dilakukan dengan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh konten pemasaran di media sosial terhadap minat beli produk asuransi Allianz maupun perusahaan lainnya.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Vision Corporation sebagai *agency* yang menanungi para agen asuransi dalam hal memasarkan dan menjual produk asuransi Allianz, dapat memberikan pelatihan khusus kepada seluruh agen mengenai pemanfaatan media sosial untuk kegiatan pemasaran. Selain itu, Vision Corporation dapat memberikan pelatihan dan penyuluhan mengenai penggunaan *platform* tatap muka *virtual*, sehingga agen asuransi dapat menjangkau lebih banyak calon nasabah dengan lokasi yang jauh maupun waktu yang berbeda.