

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Perusahaan PT Asuransi Jiwasraya (persero) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Perusahaan yang berdiri sejak tanggal 31 Desember 1859 hingga sekarang dan perusahaan asuransi jiwa yang pertama ada di Indonesia. Perusahaan Jiwasraya bertujuan untuk memberikan pemahaman, pendidikan, menyadarkan masyarakat akan pentingnya merencanakan masa depan dan menghadapi segala ketidakpastian dalam merencanakan masa depan itu sendiri. Saat ini, banyak nasabah telah mempercayakan masa depannya kepada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero). Perusahaan Jiwasraya memiliki 6 produk yaitu JS Promapan, JS Prestasi, JS Dana Multi Proteksi plus, JS Idaman, JS Optima Assurance, dan Anuitas Ideal.
2. Perusahaan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) kantor *agency* Yogyakarta dalam memasarkan produknya menggunakan 4 Bauran pemasaran (Iklan, promosi penjualan, *personal selling*, dan *direct and online marketing*). Dengan pembuatan iklan berupa brosur perusahaan jiwasraya dapat memasarkan produknya melalui brosur, dan dengan *Personal Selling* berupa presentasi mengunjungi setiap instansi maupun individu untuk memberikan edukasi mengenai Asuransi Jiwasraya serta memberikan solusi untuk proteksi masa depan dengan produk Promapan, perusahaan Jiwasraya juga memberikan hadiah kepada konsumen yang jika saat agen presentasi di

tempat dan konsumen langsung membeli produk yang ditawarkan. Hal itu diberikan untuk memikat daya tarik konsumen sebagai promosi penjualan. *Direct* dan *Online Marketing* yang dilakukan perusahaan juga sebagai bentuk pemasaran yang diterapkan namun kurang efektif dan efisien.

3. Prosedur pembukaan produk asuransi Jiwasraya yang mudah dan efisien serta membantu calon nasabah untuk membeli produk asuransi Promapan yaitu :
 - a. Meminta biodata calon Tertanggung seperti nama, usia, dan nomer telepon fungsinya untuk menghitung proposal awal.
 - b. Jika calon tertanggung menyetujui proposal awal maka akan dilanjutkan untuk pembuatan proposal kedua yaitu proposal mengenai perhitungan Unit.
 - c. Pengisian SPAJ (Surat Permintaan Asuransi Jiwa)
 - d. Proses *Underwriting* dan Pembayaran Premi
 - e. Pemberian Polis Asuransi Jiwa

4.2 Saran

Berdasarkan penjelasan dari kesimpulan di atas maka PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang melayani pengelolaan keuangan untuk merencanakan masa depan dan menghadapi segala ketidakpastian dalam merencanakan masa depan.

Perusahaan Asuransi semakin pesat berkembang namun yang harus kita ketahui bahwa perusahaan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) merupakan perusahaan asuransi jiwa satu-satunya yang sudah menjadi Badan Usaha

Milik Negara (BUMN). Perusahaan Asuransi Jiwasraya memiliki 6 Produk yaitu JS Promapan, JS Prestasi, JS Dana Multi Proteksi plus, JS Idaman, JS Optima Assurance, Anuitas Ideal. Namun perusahaan memberikan tugas penulis untuk mempromosikan produk Promapan.

Dari segi pemasaran, PT. Asuransi Jiwasraya kantor cabang Yogyakarta harus lebih baik lagi dalam memasarkan produk misalnya dalam memasarkan produk dengan *Personal Selling* disaat memberikan edukasi diharapkan dapat memberikan konten yang unik seperti penayangan video singkat yang mampu memberikan wawasan lebih kepada calon nasabah atau peserta presentasi. Dan dengan pemasaran *Direct* dan *Online Marketing*, seorang agen dapat membuat video untuk di *share* atau dibagikan di media sosial tujuannya untuk memberikan edukasi *online* kepada konsumen atau masyarakat.

