

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwasanya PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang terlalu terfokus menggunakan penjualan personal dalam penjualan produk, menginformasikan tentang perusahaan, mempromosikan produk terbaru maupun promosi penjualan yang dimilikinya. Dikarenakan untuk meinformasikan secara masal seperti iklan PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang tidak diperbolehkan memasang iklan dalam bentuk apapun. Dan itu merupakan kebijakan oleh PT. Prudential Life Assurance Pusat Jakarta.

Alat komunikasi pemasaran hubungan masyarakat digunakan oleh PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang hanya untuk bekerja sama dengan pihak Rumah sakit, untuk membangun nama baik PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang di masyarakat tidak ada. Promosi penjualan dari PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang terbagi atas dua jenis, yang pertama promosi penjualan dari PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang sendiri, yang mana program ini bertujuan *member get member*, yang disebut program PRUflyer. Dan yang kedua promosi penjualan pribadi oleh agen atau tenaga penjual yang bisa berupa barang maupun uang. Jenis barang, banyaknya barang maupun uang itu tergantung dari agen itu sendiri dan agen tidak diwajibkan menggunakan promosi penjualan pribadi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran dari penulis untuk perusahaan PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang maupun PT. Prudential Life Assurance Pusat Jakarta yang mungkin berguna untuk kedepannya:

1. PT. Prudential Life Assurance Pusat Jakarta harus juga mempertimbangkan tentang kebijakan yang mana tidak dibolehkan untuk semua cabang prudential di seluruh Indonesia dalam menggunakan iklan khususnya pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang. Yang mana jika dibolehkan maka PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang lebih mudah dalam menginformasikan apapun secara masal kepada masyarakat dan itu lebih efektif dan cepat ketimbang meninformasikan perusahaan menggunakan tenaga penjual.
2. PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang harus memperhatikan nama baik di masyarakat. Bisa dengan membuat acara bakti sosial maupun acara yang bertema berpendidikan sehingga terbentuklah hubungan harmonis antara PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang.
3. PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang harus lebih menambahkan promosi penjualannya, seperti memberikan potongan harga jika membeli suatu produk atau maupun hadiah, Hal ini merupakan ransangan untuk membeli suatu produk. Sedangkan promosi penjualan dalam program PRUflyer pada PT. Prudential Life Assurance Pru Diamond Padang nasabah baru akan mendapatkan promosi penjualannya ketika telah mengajak orang sebanyak-banyaknya jika tidak maka tidak akan mendapatkan apapun hal ini membuat nasabah bersusah payah dulu untuk mendapatkan hadiahnya