BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada BAB IV yang diselesaikan menurut metode yang telah diuraikan sebelumnya dan jawaban atas rumusan masalah yang terdapat di BAB I, maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan mengenai peran media sosial sebagai media promosi agen dalam meningkatkan pemahaman berasuransi syariah, sebagai berikut :

1. Peran media sosial sebagai media promosi yang dilakukan oleh agen takaful keluarga kota medan untuk meningkatkan pemahaman berasuransi syariah kepada nasabah dan masyarakat merupakan strategi promosi yang cukup efektif dilakukan. Hal ini dikarenakan media sosial memudahkan para agen untuk memperkenalkan asuransi syariah dan juga produknya kepada nasabah dan juga masyarakat melalui digital. Selain 7 manfaat media sosial sebagai promosi yang terdapat di bab 2 menjadi alasan agen, dari hasil penelitian ini para agen sepakat mengemukakan bahwa dari media sosial bisa mendapatkan nasabah baru. Walaupun tidak sebanyak dengan metode bertemu langsung yang biasa dilakukan para agen, akan tetapi hal ini menjadi sebuah langkah baik kedepannya bahwa media sosial dapat menghasilkan nasabah dan dapat menarik masyarakat membaca dan mengenal asuransi syariah melalui postingan para agen.
2. Untuk dapat mengukur pemahaman nasabah takaful keluarga melalui pemahaman dari media sosial ada 4 indikator. Pertama pengetahuan konsumen dengan hasil kriteria sangat paham 58,3%, kriteria paham 33,3% dan kriteria cukup paham 8,3%. Kedua, pengalaman terdahulu/lampau dengan hasil kriteria paham 41,6%, dan kriteria sangat paham 58,3%. Ketiga, faktor informasi dengan hasil kriteria cukup paham 100%. Dan keempat, faktor sosial/lingkungan dengan hasil kriteria 100% cukup paham.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

B. Saran

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah diperoleh, adapun saran peneliti yang dapat dipaparkan pada penelitian, antara lain :

1. Kepada perusahaan. Memanfaatkan media sosial pada saat sekarang ini merupakan langkah yang bagus. Akan tetapi, promosi melalui media sosial tidaklah mudah, dibutuhkan kreativitas dan ilmu marketing untuk semakin meningkatkan literasi masyarakat terhadap asuransi syariah. Selain itu, untuk semakin memperluas penyebaran informasi takaful keluarga melalui digitalisasi, hendaknya perusahaan asuransi takaful keluarga melakukan kerjasama dengan instansi lain atau pada saat ini melakukan *endorse* pada *influencer* yang memiliki pengaruh besar kepada penyampaian informasi kepada masyarakat sehingga pemahaman berasuransi syariah dapat meningkat.
2. Kepada Agen. Mengenalkan asuransi syariah kepada masyarakat dan mengajak mereka bergabung menjadi nasabah merupakan tugas seorang agen. Oleh sebab itu, para agen akan melakukan segala upaya pemasaran agar target pasar dapat tercapai. Maka dari itu, promosi melalui media sosial dapat membantu para agen untuk menyebarkan informasi pentingnya memiliki asuransi syariah. Akan tetapi, untuk semakin menarik masyarakat bergabung menjadi nasabah, hendaknya para agen tidak hanya menggunakan metode *share* atau copas dari media sosial perusahaan takaful keluarga. Hendaknya para agen meningkatkan skill promosi mereka sendiri dengan mulai membuat video singkat terkait nasabah-nasabah yang telah sudah bergabung agar masyarakat semakin yakin bahwa takaful keluarga merupakan perusahaan asuransi yang amanah dan sesuai dengan yang di promosikan.
3. Kepada peneliti selanjutnya. Penelitian ini terbilang masih sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu diharapkan kekurangan dan kelebihan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai kajian untuk penelitian selanjutnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN