

## **ABSTRACT**

### **INSURANCE AGENT MARKETING STRATEGY IN INCREASING SALES OF BLIFE DOUBLE PROTECTION PRODUCTS ON PT. BNI LIFE INSURANCE INDEPENDENT MARKETING OFFICE TASIKMALAYA**

*Compiled by:*

**Fitria Nuraini**  
193404113

*Guided by:*

*Guidance I* : Yuyun Yuniasih S.E., M.Si.

*Guidance II* : Agi Rosyadi S.E., M.M.

*The purpose of this study was to determine how the marketing strategy of insurance agents in an effort to increase sales of Blife double protection products at PT BNI Life insurance KPM Tasikmalaya. The research approach used is qualitative with survey and observation methods, data collection technique used are primary data in depth interview and participant observer. Secondary data in the form of articles, journal, book, and online media. Based on research results, The marketing strategy used by the agency in increasing is the sales is the 7P marketing mix with the personal selling promotion mix. In implementing the insurance marketing strategy, the company encountered obstacles such as objections from prospective customers, negative public thoughts about insurance, computers facilities not commensurate with the number of agents in the company, and products that were too exclusive. In overcome barriers to marketing strategies, an agent must use good sentences, must explain in detail the terms and conditions of the product before signing a policy agreement with the customer. The need for additional computer facilities, and competent human resources.*

*Keywords: marketing strategy, sales increase, insurance agent, role agent*

## ABSTRAK

### STRATEGI PEMASARAN AGEN ASURANSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK *BLIFE DOUBLE PROTECTION* PADA PT. BNI *LIFE INSURANCE* KANTOR PEMASARAN MANDIRI TASIKMALAYA

*Disusun Oleh:*

**Fitria Nuraini**  
193404113

*Di bawah bimbingan:*

Pembimbing I : Yuyun Yuniasih S.E., M.Si.

Pembimbing II : Agi Rosyadi S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran agen asuransi dalam upaya meningkatkan penjualan produk *Blife Double Protection* pada PT. BNI *Life Insurance* KPM Tasikmalaya. Pendekatan penelitian yang digunakan menggunakan kualitatif dengan metode survei dan observasi, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer berupa *in depth interview* dan *participant observer*. Data sekunder berupa artikel, jurnal, buku dan media *online*. Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran yang digunakan oleh Instansi dalam meningkatkan penjualan yaitu Bauran pemasaran 7P dengan bauran promosi *personal selling*. Dalam melaksanakan strategi pemasaran asuransi, perusahaan menemui kendala seperti keberatan dari calon nasabah, pemikiran negatif tentang asuransi di kalangan masyarakat, fasilitas komputer tidak sebanding dengan jumlah agen di perusahaan, dan produk yang terlalu eksklusif. Dalam mengatasi hambatan strategi pemasaran, seorang agen harus menggunakan kalimat yang baik, wajib menjelaskan secara rinci syarat dan ketentuan produk sebelum menandatangani perjanjian polis dengan nasabah. Perlunya penambahan fasilitas komputer, dan sumber daya manusia yang kompeten.

Kata Kunci: strategi pemasaran, peningkatan penjualan, agen asuransi