

ABSTRAK

LILIH SITI NURHASANAH, 2023, ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARI'AH DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT ASURANSI JIWA SYARI'AH BUMIPUTERA KC TASIKMALAYA, EKONOMI SYARIAH, FAKULTAS AGAMA ISLAM, UNIVERSITAS SILIWANGI

Sama halnya dengan lembaga keuangan yang lain, asuransi syari'ah sama-sama mengalami naik turunnya jumlah nasabah apalagi pasca pandemi. Untuk mendukung perkembangan perusahaan asuransi agar terus mengalami peningkatan, diperlukan adanya strategi pemasaran yang tepat. Dengan banyaknya perusahaan asuransi di Indonesia, maka banyak pula banyak persaingan terutama perusahaan asuransi konvensional.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif untuk meneliti strategi pemasaran syari'ah di PT Asuransi Jiwa Syari'ah Bumiputera. Peneliti akan mencari dan mengumpulkan data di lapangan dan pustaka untuk mengetahui tentang analisis strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan penjualan produk pada PT. Asuransi Jiwa Syari'ah Bumiputera KC Tasikmalaya.

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa strategi bauran pemasaran yang paling berkontribusi di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera adalah *people* dan *promotion*. Yang mana *promotion* ini sangat berpengaruh dalam upaya peningkatan jumlah nasabah. Dan *promotion* tidak akan berjalan tanpa adanya *people* yang memadai dari segi kualitas maupun kuantitas. Masyarakat akan tertarik menjadi nasabah Asuransi Jiwa Syari'ah Bumiputera karena adanya promosi yang dilakukan oleh agen asuransi dengan cara sosialisasi langsung dan penyebaran brosur untuk mengetahui produk asuransinya secara detail. Karena hal utama yang harus dibentuk adalah rasa kepercayaan masyarakat terhadap agen tersebut sehingga masyarakat bisa memutuskan untuk menjadi nasabah.

Kata Kunci : *marketing mix*, PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

LILIH SITI NURHASANAH, 2023, ANALYSIS OF SHARIA MARKETING STRATEGY IN AN EFFORT TO INCREASE THE NUMBER OF CUSTOMERS AT PT ASURANSI JIWA SYARI'AH BUMIPUTERA KC TASIKMALAYA, SILIWANGI UNIVERSITY

Sharia insurance has faced ups and downs in terms of the number of clients, just like other financial institutions, particularly following the pandemic. It is essential to have the appropriate marketing strategy in place to support insurance company growth and ensure that they keep improving. Indonesia has a large number of insurance providers, which means there is a lot of competition, especially among traditional insurance providers.

The shari'ah marketing strategy at PT Asuransi Jiwa Syrai'ah Bumiputera was examined using a qualitative method in this study. To learn about the analysis of sharia marketing tactics in boosting product sales at PT. Life Insurance Syari'ah Bumiputera KC Tasikmalaya, researchers will look for and gather data in the field and from the literature.

According to the study's findings, marketing mix technique that benefits PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera the most is people and promotion. In attempts to increase the number of customers, a particular promotion has a significant impact. Furthermore, promotion cannot function without a sufficient number and quality of individuals. Because of the marketing efforts made by insurance agents through direct socializing and the distribution of pamphlets to learn more about the insurance products in detail, the public will be interested in purchasing Bumiputera Syari'ah Life Insurance. Because in order for individuals to choose to become clients, there needs to be a strong sense of public trust in the agent.

Keywords : marketing mix, PT Asuransi Jiwa Syari'ah Bumiputera, marketing strategi